

Trends & Facts

Verbandsmagazin für Reifenfachhandels- und Vulkaniseur-Handwerksbetriebe
Herausgeber: Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk e.V., Bonn



Ausgabe I: Januar/Februar 2015



Aktuell

10

T&F-Blitzumfrage:
Gibt es ein "Geschäftsmodell Zukunft"?

Recht & Steuern

40

Urteil zur Erbschaftsteuer:
Grundsätzlich positiv

Technik & Service

48

BRV-Kampagne und Nachrüstsysteme:
Neues zum Thema RDKS

Trends & Produkte

56

Weiterbildung:
Die Unternehmen investieren!

Management & Marketing 72

Bühnen- und Terminplaner online:
Ein Beispiel aus der Praxis



Informationen zu den
Themen des VRÖ finden Sie
auf den Seiten 35 – 39.

MESSE
ESSEN

WE 'R

**DIE WELTLEITMESSE,
DIE IHNEN NEUE
MÄRKTE ÖFFNET**

mehr erfahren



reifen-messe.de



REIFEN
NO. 1 IN TIRES AND MORE

REIFEN 2016* · 24.05.-27.05.

* Ideeller
Träger


Editorial

Potenziale erkennen und nutzen!

von Marc Johann, stellvertretender Vorsitzender des BRV und Geschäftsführer Premio Reifen+Autoservice Johann, Leverkusen

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kolleginnen und Kollegen!

Angesichts der relativ unbefriedigenden Geschäftsentwicklung in den letzten Jahren ist, so mein Eindruck nach Gesprächen mit Kolleginnen und Kollegen, eine Diskussion darüber in Gang gekommen, wie die Geschäftsmodelle der Zukunft aussehen müssten, um zu einer dauerhaften Optimierung der unternehmerischen Situation des Reifenfachhandels zu kommen. Dabei werden auch unkonventionell anmutende Ideen geäußert, die einem zunächst ein spontanes „geht gar nicht“ entlocken. So äußerte sich ein Kollege zum Thema Produktertragsproblematik wie folgt:

- Die Fokussierung auf das Pkw-Reifenersatzgeschäft stelle für den Reifenfachhandel zukünftig keine Lösung für die Probleme dar.
- Der Kundenkontakt, der durch Pkw-Reifen entstehe, müsse wegen der Ertragsproblematik für ein Cross-Selling für andere Kfz-Produkte und Dienstleistungen genutzt werden, die eine ausreichende Marge versprechen.
- Der Reifenfachhandel müsse von der betriebswirtschaftlichen Verantwortung und Abhängigkeit von der „Massenware Reifen“ wegkommen und sich den Reifenherstellern als Dienstleister, der ein Agentur- bzw. Kommissionsgeschäft betreibt, mit seiner Serviceinfrastruktur anbieten.

Meines Erachtens könnte dies, je nach Ausgestaltung, mittelfristig eine überlegenswerte Idee bzw. Strategie sein. Per Stand heute allerdings würde das vielerorts in den betriebswirtschaftlichen Ruin führen, denn wenn ich aus den BRV-Betriebsvergleichen die zugebenermaßen geringer werdenden Erträge aus dem reinen Produktverkauf herausnehme, wären wir mit noch deutlich schlechteren Ergebnissen unterwegs, als dies heute schon der Fall ist.

Dennoch: Denken ist erlaubt und erwünscht. Dazu gehört auch, sich auf die klassischen Eckpfeiler zu besinnen, die den Reifenfachhandel groß und erfolgreich gemacht haben. Neben dem Faktor „Exzellenz im Unternehmen“ (Stichworte wie intensive Beschäftigung mit betriebswirtschaftlichen Themen, Verbesserung von Prozessen und Betriebsabläufen, ertragsstarke Vermarktung und ständige Kostenkontrolle und -optimierung seien hier stellvertretend genannt) war dies in der Vergangenheit auch der Faktor „Exzellenz in der Kundenbeziehung“, der massiv von der Qualität unserer Mitarbeiter beeinflusst wird. Und gerade in diesem Bereich sehe ich unter anderem auch aufgrund des demografischen Wandels enorme, bereits existente Probleme. Um eine dauerhafte Bindung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, von

deren fachlicher Leistung und menschlicher Kompetenz wir überzeugt sind, zu erreichen, müssen wir diesen zum Beispiel durch Personalentwicklungspläne Perspektiven eröffnen. Denn: Auf den Menschen, der über emotionale Kompetenz verfügt, wird es zukünftig in einer kälter werdenden Welt beim Kundenkontakt entscheidend ankommen.



Marc Johann, stv.
BRV-Vorsitzender.

Unabhängig von der Bindung qualifizierter Kräfte an unsere Unternehmen müssen wir auch über die Themen

- „Zugang von Flüchtlingen zum Arbeitsmarkt“,
- „Auszubildende aus Südeuropa“ und
- „Fachkräfterekrutierung aus dem Ausland“ nachdenken, um den Personalbestand der Zukunft abzusichern.

Der BRV wird hierzu kurzfristig entsprechende Informationen veröffentlichen, die uns den Weg weisen werden. Die diesbezüglichen Gespräche mit Fachleuten, die über eine ausgezeichnete Expertise verfügen, sind bereits angelaufen.

Diese Ausgabe von *Trends & Facts* enthält erneut eine große Fülle von wichtigen Informationen für Ihr Geschäft. So äußern sich Branchenexperten zur Frage, ob der Reifenfachhandel ein neues Geschäftsmodell benötigt und falls ja, wie dieses aussehen könnte (Beitrag ab S. 10). Von besonderem Interesse dürfte der Anwenderbericht zum Online-Bücherei- und -Terminplaner (S. 72) sein. Das Thema „RDKS“ steht nach wie vor im verbandlichen Fokus. Die Maßnahmen 2015 der BRV-RDKS-Kampagne werden vorgestellt (S. 48). Nicht zu vergessen die Unterlagen zur Sommerreifen-Dispo (S. 52).

Ihnen eine interessante Lektüre und einen guten Start ins Frühjahrsgeschäft.

Freundliche Grüße
Ihr

Marc Johann

Inhalt

Aktuell

Editorial: Potenziale erkennen und nutzen!	3
Zur Sache: „Partnerschaft ist die Grundlage für den Erfolg“	6
BRV-Newsletter und Presseinfos: Die Themen der vergangenen Wochen	8
BRV-Mitgliederversammlung 2015: 11. Juli in Köln – save the date!	9
Blitzumfrage zum „Geschäftsmodell Zukunft“: Weiterwursteln wie bisher?	10
BRV-Veranstaltungen in 2015: Der Terminplan ist gut gefüllt!	18
BRV-Industriegespräche 2015: Genuß Gesprächsstoff ist vorhanden	19
Messestandort Köln: Millionen-Invest bis 2030	20
BRV-Arbeitskreis Felgenreisierer: Rahmenbedingungen des Rädermarktes	22
BRV-Mitglieder: Willkommen im Verband!	22
Online-Archiv des BRV: Verbandsinfos im Web recherchieren	26
BRV-Mitglied Südring Autoservice Lange: Wirtschaftspreis für Öko-Technologie	28
Reifenhandelskooperation RTC: Neuer Gesellschafter in Zinna und Jessen	29
Reiff-Gruppe: Neues zu Runderneuerung und Großhandel	30
Anfragen und BRV-Statements: Der BRV als Rat- und Auskunftgeber	32
BRV-Mitglied Reifen Stiebling: Aktionen mit Profil	34



Infobox

Die Infobox gibt Ihnen weitere Informationen zu den Artikeln!

VRÖ

Editorial: Der Reifenhandel braucht 2015 dringend kreative Umsetzungen	35
Wahljahr: Generalversammlung	35
AutoZum 2015 mit ReifenFORUM: Geballte Kompetenz	36
Perspektiven: Volles Haus beim VRÖ Reifentag	37
And the winner is.....: „Golden Globe Awards“ der Reifenbranche	38
Alles Walzer: Für den guten Zweck	38
Kundenbindung: Gut gerüstet für den Sommer	39



Recht & Steuern

Bundesverfassungsgericht: Urteil zur Erbschaft- und Schenkungsteuer: grundsätzlich positiv	40
Mindestlohngesetz: Was muss man als Unternehmer beachten?	41
Gewährleistung: Ausschluss möglich bei „Fremd“-Reifen?	42
Verstöße gegen die Winterreifenpflicht: Polizei fordert höhere Strafen	42
Bürokratieabbau: Der Mittelstand soll entlastet werden	43
Betriebsveranstaltungen: Jetzt gelten neue Bestimmungsvorschriften	44
Selbstanzeige bei Steuerhinterziehung: Lieber bei der Wahrheit bleiben!	45
Künstlersozialabgabe: Bagatellgrenze und verschärfte Prüfungen	46
Genehmigungspflichtige Kfz-Umbauten: Vorsicht mit werblichen Hinweisen!	47



Technik & Service

BRV-Kampagne: RDKS im Blickpunkt	48
RDKS-Nachrüstsysteme (Retrofit-Kits): Empfehlenswert? – Ausdrücklich ja, aber... !	50
AK Reifentechnik/Autoservice: Volle Agenda zur Frühjahrssitzung!	52
BRV-Praxishilfen: Preispanel und Dispo-Unterlagen	52
Unfallverhütung: 2014 – das Jahr der schweren Unfälle im Reifenfachhandel	54

**Gabelstapler
haben
Vorfahrt!**

Trends & Produkte

Betriebliche Weiterbildung: Firmen investieren in Wissen	56
Neue Trainingswerkstatt: A.T.U steckt Geld in die Weiterbildung	57
Reifenmonat März der IRQ: Mit aller Kraft Richtung Umrüstesaison	58
Old- und Youngtimerreifen: Radialreifen für 70er-Schätzchen	59
ADAC-Autokostenindex: Autofahren ist 2014 billiger geworden	60
Kfz-Zulassungen: Europaweit Wachstum, doch Minus in Deutschland	61
DEKRA-Umfrage: Reifendruck ist noch immer ein Stiefkind	62
EU-Studie: Wettbewerb im Teile-Ersatzmarkt ist gefährdet	62
ALCAR-Hochregallager: Platz für 700.000 Räder	64
Tyre24: Online-Angebot um Kfz-Verschleißteile erweitert	65
AEOLUS Tyre: Auf dem Weg in die Weltmärkte	66
CarSharing und automobile Märkte: Wenige Risiken, ein paar Chancen	68
Namen & Nachrichten	70



Management & Marketing

Bühnen- und Terminplaner erfolgreich implementiert: Reifen Gundlach und Com4Tires bitten Kunden online zum Termin	72
Umrüstgeschäft: persona service unterstützt mit qualifizierten Mitarbeitern	74
Musik und TV im Geschäft: Gebührenpflicht beachten – auch für Privatsender!	75
Managementseminar für den Reifenfachhandel: Fit machen für die Branchentransformation!	76
BRV-Arbeitskreis Betriebswirtschaft: Agenda der Frühjahrssitzung	79



Termine ab Seite 80

Impressum

Trends & Facts *Verbandsmagazin für Reifenfachhandels- und Vulkaniseur-Handwerksbetriebe
Offizielles Organ des Bundesverbandes Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk e.V. und seiner Kooperationspartner Pneu Service eG und Reifengewerbeförderungsgesellschaft mbH*

Herausgeber: *Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk e.V., Franz-Lohe-Str. 19, 53129 Bonn, Tel.: ++49(0)228/289 94 70, Fax.: ++49(0)228/289 94 77, Internet: www.brv-net.de oder www.bundesverband-reifenhandel.de, E-Mail: info@brv-net.de oder info@bundesverband-reifenhandel.de*

Redaktionsteam: *Martina Schipke (Leitung), Hans-Jürgen Drechsler, Peter Hülzer (v.i.S.d.P.), Nicole Müller*

Druck: *Druckform Köln, Tel. ++49(0)2203/91 76 00*

Trends & Facts erscheint sechs Mal im Jahr und wird allen Mitgliedern des BRV ohne gesonderte Bezugsgebühr geliefert.

Preis für Zusatz-Abos (Bezug nur für Mitglieder oder Besteller, die mit einem ordentlichen oder außerordentlichen BRV-Mitglied in unmittelbarer Verbindung stehen): 64,50 €, für Auslandsexemplare (Europa) 110,- € im Jahr, jeweils zzgl. MwSt. Außerhalb Europas Bezugspreis auf Anfrage. Nachdruck, auch in Ausschnitten, nur mit vorheriger schriftlicher Einwilligung des BRV.

Druckauflage: *2.850 Exemplare*

Der Herausgeber weist aus Gründen der Neutralität ausdrücklich darauf hin, dass mit den im Heft enthaltenen Werbemitteln (Anzeigen, Prospektbeilagen) keinerlei Empfehlung für die von den jeweiligen Anbietern beworbenen Waren und Dienstleistungen verbunden ist.

Bildnachweis: *Fotoleiste Titelseite: v.l.n.r. Koelnmesse, Reiff, DEKRA*

Zur Sache

„Partnerschaft ist die Grundlage für den Erfolg“



Abb.: Goodyear Dunlop

„Langfristige, strategische Systempartnerschaften zwischen Industrie und Fachhandel werden zukünftig die Grundlagen für ein gemeinsames Wachstum ausmachen“: davon ist Goodyear Dunlop-Geschäftsbereichsleiter Jürgen Titz überzeugt.

Fragen an Jürgen Titz, Geschäftsbereichsleiter für das Consumer-Ersatzgeschäft der D-A-CH-Region bei Goodyear Dunlop

T&F: Herr Titz, seit Januar 2015 verantworten Sie bei Goodyear Dunlop als Geschäftsbereichsleiter das Consumer-Ersatzgeschäft in der D-A-CH-Region. Wo sehen Sie die Schwerpunkte Ihrer Arbeit?

Titz: Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Kunden ist mir ein wichtiges Anliegen und ein zentrales Feld, bei dem ich Kontinuität wahren möchte. Händler und Hersteller stehen in einem sich ändernden Umfeld vor neuen Herausforderungen. Umso wichtiger ist es aus meiner Sicht, zu neuen Formen der Zusammenarbeit zu kommen, von denen beide Partner profitieren können. Goodyear Dunlop verfügt

über ein hervorragendes Markenportfolio, das alle Produkt-, Markt- und Kundensegmente abdeckt – ich denke, dass wir die Wertschöpfung dieses Portfolios gemeinsam noch weiter entwickeln können – für unsere Handelskunden, für die Endverbraucher und auch für uns als Hersteller.

Hier gibt es eine Vielzahl von Ansatzpunkten, die ich im Rahmen meiner Arbeit vertiefen und weiterentwickeln möchte – unter anderem zum Beispiel mit neuen Formen des Geo-Marketings. Wenn wir uns die Marktlandkarte in Deutschland anschauen, sehen wir heute geografisch segmentierte, lokale Märkte, die wir in Abhängigkeit von ihren Potenzialen gemeinsam erschließen können. Eine enge, vertrauensvolle und auf langfristige Zusammenarbeit angelegte Partnerschaft zwischen Händlern und Herstellern ist hier die Grundlage für den Erfolg.

Ein weiteres zentrales Arbeitsfeld ist die Weiterentwicklung unseres kompetenten Teams. Auch hier steht der Kunde mit seinen Erwartungen im Mittelpunkt. Der Außendienstmitarbeiter wandelt sich heute immer mehr vom Verkäufer zum Berater, der den Kunden bei der Weiterentwicklung seines Marktes mit gezieltem Know-how unterstützen kann. Diesen Prozess werden wir zielgerichtet weiter verfolgen und unterstützen.

T&F: Wie sehen Sie das Geschäftsjahr 2015 im Reifeneratzgeschäft D-A-CH für Pkw-Reifen?

Titz: Wir blicken mit vorsichtigem Optimismus in das Jahr 2015. Trotz der geopolitischen Spannungen, die aktuell die Berichterstattung prägen, erwarten wir insgesamt eine robuste, positive Konjunktorentwicklung für dieses Jahr und prognostizieren ein leichtes Wirtschaftswachstum. Ebenfalls einen leichten Rückenwind dürfte es bei den Neuzulassungen geben – hier rechnen wir auf das Jahr gesehen mit einem Plus von rund zwei Prozent. Der Pkw-Bestand bleibt aus unserer Sicht auf einem konstant guten Niveau. Mit Blick auf die Sell-in-Entwicklung im Consumer-Segment erwarten wir keine großen Bewegungen im Vergleich zu 2014. Erfreulich bleiben aus unserer Sicht die weiterhin guten Wachstumsperspektiven für die besonders ertragsträchtigen Segmente im UHP-, 4x4- und RunOnFlat-Bereich. Hier sehen wir auch für den Sommer Sell-out gute Wachstumsraten.

T&F: Was muss aus Ihrer Sicht der Reifenfachhandel tun, um den wachsenden Distributionsanteilen insbesondere der Vertragswerkstätten und der B2C-Portale zu begegnen?

Titz: Es ist keine Frage: Vertragswerkstätten und B2C-Portale haben dem Reifenfachhandel in den letzten Jahren Distributionsanteile weggenommen. Dennoch sehen wir für den qualifizierten Reifenfachhandel gute Möglichkeiten zur Weiterentwicklung. Der Schlüssel hierzu liegt aus unserer Sicht in der strikten Umsetzung innovativer und qualitativ hochwertiger Vermarktungskonzepte. Industrie und Handel sind hier gleichermaßen gefordert und müssen umdenken.

Langfristige, strategische Systempartnerschaften zwischen Industrie und Fachhandel werden zukünftig die Grundlagen für ein gemeinsames Wachstum ausmachen. Dies führt im Ergebnis zu einer besseren Bedarfsplanung, der Sicherstellung der Warenverfügbarkeit und zu einem verbesserten Lagermanagement durch zunehmende Lagervernetzung.

Gleichzeitig ist der Reifenfachhandel gefordert, eigene innovative Marketing- und kundenbezogene Servicemodelle zu entwickeln, die den Einkauf für den Kunden auch zu einem positiven Erlebnis machen und so zur langfristigen Kundenakquisition und Kundenbindung beitragen. Auch dem wachsenden Trend zur Online-Vermarktung müssen sich die Marktakteure stellen. Aber auch hier gilt: Wer sich durch entsprechende Informations- und Servicemodelle im Markt positiv vom Wettbewerb absetzt, wird sich auch zukünftig nachhaltig behaupten.

T&F: Welche Maßnahmen muss der Reifenfachhandel einleiten, um die Ertragsproblematik, die sich insbesondere aus reduzierten Produktmargen ergibt, zu überwinden? Was kann hierzu der Hersteller GDTG beitragen?

Titz: Die Umsetzung qualitativ hochwertiger Vermarktungskonzepte ist aus unserer Sicht eine zentrale Voraussetzung zur

Überwindung der Ertragsproblematik. Händler und Hersteller können hier gemeinsam an innovativen Lösungen arbeiten. Als Hersteller bieten wir unseren Kunden unter anderem attraktive, strategische Partnerschaftsmodelle an, zum Beispiel im Rahmen des bereits erwähnten Geo-Marketing-Ansatzes. Dabei geht es unter anderem um die Erschließung ertragsstarker Konsumenten durch bessere Potenzialausschöpfung im lokalen Einzugsgebiet des Händlers. Damit lassen sich attraktive Zusatzerträge generieren.

Aber auch der Handel ist gefordert. Demjenigen gehört die Zukunft, der es versteht, den Endkunden zum Beispiel durch systematische Kundengewinnungs- und Kundenbindungsprogramme langfristig an sich zu binden. Wer sich zudem stärker auf Zusatzverkäufe und Serviceleistungen konzentriert, kann sich ebenfalls zusätzliche Ertragsquellen erschließen. Auch die Mitgliedschaft in einer Systempartnerschaft wie beispielsweise der GDHS kann viele Vorteile eröffnen.

Alles in allem handelt es sich hier um ganzheitliche Ansätze, die losgelöst von der klassischen Auftragskalkulation auf eine Wertmaximierung aus gesamtunternehmerischer Sicht zielen.



Infobox

Jürgen Titz (42) ist seit Januar neuer Geschäftsbereichsleiter für das Consumer-Ersatzgeschäft von Goodyear Dunlop in Deutschland, Österreich und der Schweiz und damit gleichzeitig Mitglied der Geschäftsführung. In dieser Funktion hat er seinen Bruder Frank Titz (51) abgelöst, der jetzt als General Manager der Goodyear-Organisation in Russland fungiert.

Zitat

„Viele, die den falschen Weg eingeschlagen haben, geben dem Weg die Schuld.“

(Heinrich von Kleist, deutscher Dramatiker)

BRV-Newsletter und Presseinfos

Die Themen der vergangenen Wochen

Hier ist wie immer die Übersicht der bis zum Redaktionsschluss des aktuellen T&F per E-Mail versandten BRV-VIP-Newsletter und veröffentlichten Presseinfos. In 2014 haben wir unsere Mitglieder übrigens insgesamt 77 Mal per Newsletter zu aktuellen Branchenthemen informiert und 33 Mal die Fach- und Publikumspresse mit „Stoff“ für ihre jeweiligen Medien und deren Nutzer (Leser, Hörer, Fernsehschauber) versorgt – ein neuer Rekord in der BRV-Presse- und Öffentlichkeitsarbeit!

Für T&F-Abonnenten, die den VIP-Newsletter (noch) nicht erhalten: Per Mail an BRV-Mitarbeiterin Regina Hartmann (r.hartmann@bundesverband-reifenhandel.de) können Sie schnell und unkompliziert die Aufnahme auf den Verteiler oder Korrektur Ihrer Adresse veranlassen.

Auch auf den BRV-Presseverteiler nehmen wir T&F-Bezieher bei Interesse gern auf: Eine formlose Mail an BRV-Pressereferentin Martina Schipke (m.schipke@bundesverband-reifenhandel.de) genügt.

BRV-VIP-Newsletter

Datum	Thema
03.12.2014	BRV-Branchenbarometer – Reportwelle 4/2014 (Ergebnisbericht)
08.12.2014	Neue Vorschriften für Lkw-Winterreifen in Norwegen ab 01. Januar 2015 (mit Direktdownload: Merkblatt des norwegischen Transportministeriums)
09.12.2014	BRV-Unterlagen zur Pkw-, 4x4- und Van-Sommerreifen-Disposition für die Saison 2015 (zum Direktdownload)
12.12.2014	Neue Entgeltstrukturen bei EC-Systemen
16.12.2014	Managementseminar in Business Development, Marketing und Retail Management im Reifenfachhandel (Abfrage Brancheninteresse; mit Download des Info-Flyers zum Angebot)
17.12.2014	1. BRV-Reifenfachverkäufer-Lehrgang (PoS) im Jahr 2015 (23.-28.02.; mit Direktdownload der Ausschreibungs- und Anmeldeunterlagen)
17.12.2014	Zum Jahreswechsel (Weihnachtsbrief des BRV-Vorstandes; mit Downloadangebot der ersten Einschätzung zur Gesamtmarktentwicklung im Reifenersatzgeschäft Deutschland 2014)
12.01.2015	BRV-Reifenfachverkäufer-Lehrgang vom 02.-05. März (Zielgruppe: Außendienstmitarbeiter; mit Download der Ausschreibungs- und Anmeldeunterlagen)
13.01.2015	BRV-Industriegespräche im Februar 2015 (Einladung zur Abgabe von Agendavorschlägen)
14.01.2015	Preis- und Ersparnisrechner für die BRV-Energie-Einkaufsgemeinschaft mit der Ampere AG
16.01.2015	BRV-/BBE-Betriebsvergleich für das Gesamtjahr 2014: Start der Abfrage (mit Download der Info- und Teilnahmeunterlagen)
21.01.2015	GEMA/VG Media – Inkasso für Rundfunkwiedergabe

BRV-Presseinfos

Datum	Thema
21.11.2014	Bundesleistungswettbewerb im Reifenhandwerk: 90 Punkte brachten den Sieg
24.11.2014	Past Presidents gratulieren zum 60. Geburtstag (runder Geburtstag von BRV-Chef Peter Hülzer)
24.11.2014	Was bedeutet die Einführung der RDKS-Pflicht für die Hauptuntersuchung?*
05.12.2014	BRV-Veranstaltungen: Vorschau auf den Terminplan 2015
08.12.2014	Neuwagenkauf und RDKS – was ist zu beachten?*
11.12.2014	Die THE TIRE COLOGNE findet 2018 in Köln statt (deutsche + englische Textversion)

* Die Meldungen zu RDKS sind nicht auf www.briv-bonn.de, sondern auf www.RDKS-Wissen.de, der Website zur BRV-RDKS-Kampagne, eingestellt.

Abb.: Rainer Sturm/pxelio.de



Infobox



Alle genannten Veröffentlichungen sind für Verbandsmitglieder nach dem passwortgeschützten Mitglieder-Login unter den Menüpunkten „Presseinformationen“ bzw. „Archiv Newsletter“ auf der BRV-Website www.briv-bonn.de abrufbar.

BRV-Mitgliederversammlung 2015

11. Juli in Köln – save the date!



Abb.: www.koeintourismus.de

Das Highlight im Rahmenprogramm der diesjährigen BRV-Mitgliederversammlung: Die „Kölner Lichter“, Europas größtes musiksynchrones Feuerwerk vor der Skyline der Domstadt.

Vom 29. Mai bis 1. Juni 2018 findet in Köln erstmals die internationale Reifenmesse „The Tire Cologne“ statt, deren fachlicher und ideeller Träger der BRV ist. Um seinen Mitgliedern frühzeitig einen Eindruck vom fünftgrößten Messegelände der Welt, seiner exzellenten Infrastruktur und seiner herausragenden Servicequalität zu vermitteln, findet schon die diesjährige BRV-Mitgliederversammlung am **Samstag, den 11. Juli** in der Koelnmesse statt.

Von 10 bis ca. 13 Uhr ist das Fachprogramm geplant, das wie immer der aktuelle Bericht zur Branche und zur Arbeit des BRV eröffnet wird, gefolgt von den satzungsgemäßen Formalien. Im weiteren Verlauf sind folgende Vorträge als besondere Highlights geplant:

- Informationen zur aktuellen Studie „Geschäftsmodell Zukunft“, die eine der führenden Unternehmens- und Strategieberatungen im Auftrag des BRV in diesem Jahr realisieren soll;
- Den „Blick über den Tellerrand“ der Reifenbranche soll diesmal Rewe-Chef Alain Caparros gewähren. Bei Redaktionsschluss der vorliegenden T&F-Ausgabe (Ende Januar) war der entsprechende Vortrag über eine Referentenagentur angefragt; die Zusage lag jedoch leider noch nicht vor.

Im Anschluss an die Versammlung lädt der BRV zu einem Imbiss ein; danach wird die Gelegenheit zur Besichtigung des Messegeländes geboten.

Abends erwartet die Teilnehmer dann auf Einladung des BRV-Vorstandes ein weiterer Höhepunkt. In dem exklusiv für den BRV reservierten Biergarten der Rheinterrassen (die direkt neben dem Messegelände liegen) kommen die Teilnehmer der Mitgliederversammlung zusammen, um die „Kölner Lichter“, das größte musiksynchrone Feuerwerk Europas, anzuschauen. „Bei einem exzellenten Buffet und köstlichen Getränken werden Sie von den Rheinterrassen den mit Abstand besten Blick auf die Skyline von Köln haben“, verspricht BRV-Chef Peter Hülzer.

Infobox



Die detaillierten Ausschreibungs- und Anmeldeunterlagen zur BRV-Mitgliederversammlung 2015 in Köln liegen dieser T&F-Ausgabe bei; sie können auf Wunsch aber auch in der Verbandsgeschäftsstelle angefordert werden. Kontakt: info@bundesverband-reifenhandel.de.

Blitzumfrage zum „Geschäftsmodell Zukunft“

Weiterwursteln wie bisher?

Die Lage im Reifenfachhandel spitzt sich zu. Nach ersten Hochrechnungen des BRV musste die Branche 2014 im Ersatzgeschäft mit Pkw-Reifen deutliche Absatzeinbußen hinnehmen, während im Segment Lkw höchstens ein minimales Plus erzielt werden konnte. Damit nicht genug: Der spezialisierte Reifenfachhandel hat offenbar weitere Marktanteile an konkurrierende Vertriebskanäle abgegeben und droht seine Spitzenposition im Reifenersatzgeschäft Pkw endgültig zu verlieren.

Nach Überzeugung des BRV muss die Branche angesichts dieser Entwicklungen ernsthaft in Frage stellen, dass das traditionelle Geschäftsmodell des Reifenfachhandels noch eine tragfähige Basis bietet, um langfristig seine Existenz zu sichern. Es gilt, an der Entwicklung eines neuen, zukunftsfähigeren Modells arbeiten. Eine renommierte Unternehmensberatung wird im Auftrag des Verbandes dazu eine Studie realisieren, ein neu gegründeter BRV-Arbeitskreis das Projekt eng begleiten.

Was meinen Hersteller und Händler in der Branche zum Thema „Geschäftsmodell Zukunft“? Als Einstimmung auf das Projekt hat T&F dazu im Januar eine Blitzumfrage durchgeführt und anhand folgender Fragen ein Stimmungsbild eingeholt:

Frage 1:

Was meinen Sie: Hat sich das traditionelle Geschäftsmodell, in dem der Reifenfachhandel als bevorzugter Partner der Hersteller im Reifenersatzgeschäft fungiert, überlebt?

Frage 2:

Welche Ansatzpunkte für ein „Geschäftsmodell Zukunft“ der Branche fallen Ihnen spontan ein?

Frage 3:

Welche traditionellen Geschäftsfelder, Strategien, Verhaltensweisen etc. führen Ihrer Ansicht nach am ehesten aufs Abstellgleis, wenn die Branche weiter daran festhält?

Hier sind die eingegangenen Antworten:



Dieter von Aspern,
Direktor Vertrieb
Deutschland, Öster-
reich und Schweiz,
Michelin Reifenwer-
ke AG & Co. KGaA,
Karlsruhe

Zu 1.:

Die Formulierung der Fragestellung ist sicherlich bewusst provokativ gemeint. Der Reifenfachhandel wird auch in Zukunft ein ausgesprochen wichtiger Partner der Reifenindustrie sein. Aber es ist überhaupt keine Frage, dass der Reifenfachhandel vor großen Herausforderungen steht – wie auch die BBE-Studie des BRV belegt. Es wird einen verstärkten Wettbewerb geben zwischen unterschiedlichen Absatzkanälen. Bestes Beispiel ist die Erweiterung des Autoservice im Reifenfachhandel bei gleichzeitiger Investition der Autohäuser in Räder-Reifen-Services. Aufgrund der Intensivierung im Wettbewerb wird es noch wichtiger, sich auf die Kernkompetenzen zu konzentrieren. Und eine der zentralen Fragen ist: Wie stelle ich die Kundenzufriedenheit bestmöglich sicher?

Michelin unterstützt im Rahmen des Qualitätspartnerschaftsprogramms ausdrücklich den Reifenfachhandel mit externer Unterstützung, seine Geschäftsprozesse zu optimieren und letztendlich die Kundenbindung zu verbessern. Weit über 1.000 Standorte sind in dieses Programm bereits eingebunden.

Ich bin der Überzeugung, dass eine hohe Kundenzufriedenheit Voraussetzung ist, über ein breites Serviceangebot eine verbesserte Ertragssituation zu erzielen. Investitionen in Marketing und Kundenbindung sind nachhaltiger als eine einseitige Preisfokussierung.

Zu 2.:

Ich denke nicht, dass es eine Frage eines grundlegend neuen Geschäftsmodells ist, sondern es geht mehr um die Konzentration auf die Stärken des Reifenfachhandels.

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob das Großhandelsgeschäft im Reifenfachhandel für die Zukunft tragfähig ist und ob man sich besser auf den Endkunden konzentrieren sollte. In der Endkundenbetreuung steht die Bera-

tungsqualität der Mitarbeiter im Vordergrund. Investitionen in Mitarbeiterausbildung schützen vor reinen Preisverkäufen und fördern die Vermarktung von Dienstleistungen. Zu dieser Ausbildung gehört auch der Umgang mit den Internetangeboten. Häufig sind es die Basics, die den Unterschied zum Wettbewerb machen. „Weiß ich genug über den Kunden? Berate ich ihn am Fahrzeug?“ – um nur ein Beispiel zu geben.

Letztendlich ist es wichtig, dass der Fachhändler seine Geschäftsprozesse im Hinblick auf Kundenorientierung permanent überprüft. Dazu bieten wir gerne über das Qualitätspartnerschaftsprogramm sowohl für Flotten als auch für das Endkundengeschäft Hilfe an.

Zu 3.:

Auf das Abstellgleis führt, den Wettbewerb nur über den Preis zu führen. Investition in Marketing und Kundenbindung ist wichtiger denn je. Michelin ist der Überzeugung, dass die Vermarktung von Premiumprodukten eine gute Voraussetzung ist, Kundenzufriedenheit sicherzustellen und auch die Möglichkeit bietet, ein breiteres Dienstleistungsspektrum zu verkaufen.



Christian Duda,
Geschäftsführer
Reifen-Müller
Georg Müller GmbH
& Co. KG, Berlin

Zu 1.:

- Ja. Denn einige wesentliche Hersteller haben sich in den letzten Jahren stark verändert hinsichtlich Vertriebsstruktur, Produktionsstandort und -auslastung, Diversifikation und Nachhaltigkeit. Es ist meines Erachtens an der Zeit, dass auch der Reifenfachhandel diese Veränderungen wahrnimmt und akzeptiert.
- Der Hersteller muss an der Absatzsicherung und jeweiligem Marktzugang interessiert sein.
- Der Reifenfachhandel ist nur **eine** „Vertriebsstruktur“ für die Hersteller und muss sich zwingend wieder interessanter = verlässlicher und nachhaltiger für den Hersteller darstellen.

Zu 2.:

- Der Hersteller muss aus meiner Sicht deutlich mehr für seinen Marken-/Produktwert tun. Nicht hinsichtlich der Konditionen (KB ./ . Kondition), sondern bezüglich Sellout-Wert!
- Das neue „Hersteller-Argument“ COMPLIANCE ist meines Erachtens zu kurz gesprungen.
- Beide, Fachhandel wie (Marken)-Hersteller müssen endlich aufhören, über Reifen als „low-interest-Produkte“ zu sprechen!
- Wie passen denn Milliarden-Investitionen in Forschung & Entwicklung, Messestände so teuer wie ein Einfamilienhaus, weltweite Produktpräsentationen, Werbebudgets, Mitarbeiterqualifikation, Trainings wie z.B. Reifenfachverkäufer-Lehrgang, Junior-Manager des BRV, wdk-Zertifizierung (Runflat/UHP), Ausbildung, Maschinenausstattung usw. zu „low-interest“-Produkten??
- Markenwert erhöhen (Hersteller)
- Wertschöpfung je Kunde erhöhen (Mehrwerte für den Kunden/one-stop-shopping)
- Beratungs-und Einkaufserlebnis für den Kunden schaffen
- Entwicklung vom Reifen-Fachhändler zum Mobilitäts-Dienstleister
- siehe auch Siegerkonzepte „Profile 2020 Hochschulpreis“ im Auftrag des BRV
- verstärkte Zusammenarbeit der „freien Kooperationen“ (point S und TEAM Reifen-Union)
- Ausbau der e-Commerce-Aktivitäten hinsichtlich Qualität, Information und Prozessabwicklung – hin zum „mobilen Kunden“.

Zu 3.:

- ausschließliche „KB-Minus-Verhandlungen“
- Überproduktionen führen immer zum Preisverfall
- Umkehr von „die Produkterträge werden immer geringer“ zu „wir verkaufen Qualitätsprodukte und leisten Qualitäts-Dienstleistungen“
- E-Commerce („Internet“) als Fluch zu verstehen
- www. bedeutet nicht nur Preistransparenz, sondern meines Erachtens vielmehr eine weitere (nicht ausschließliche) Dialog-/Kontaktaufnahme der Kunden – Verbraucher.
- ...



Gebhard Jansen,
Geschäftsführer
Reifen Gundlach
GmbH, Raubach

Zu 1.:

Diese Frage ist nicht einfach mit Ja oder Nein zu beantworten. Allerdings: Die Positionierung der Reifenhersteller wandelt sich. Das sieht man an Investitionen zur strategischen Ausrichtung hin zum Handelsgeschäft. Denn mit der Stärkung der Verbraucheransprache durch neue, eigene Werkstattkonzepte und geschickte Marketingaktionen mit direktem Endkundenkontakt stellt sich die Industrie deutlich breiter auf. Auch den Großhandel besetzt die Reifenindustrie ja mittlerweile in Teilbereichen. Deshalb kann man sagen: Der Reifenfachhandel wird von verschiedenen Seiten überholt. Er hat sich deshalb noch nicht überlebt, aber die Reifenprofis müssen schnellstens durchstarten und ihren Status bei der Industrie festigen.

Zu 2.:

Spontan lassen sich über Jahrzehnte entstandene Strukturen und Selbstverständnisse unserer Branche nicht in ein neues Geschäftsmodell umbauen. Das zeigen die anhaltenden Verschiebungen der Marktanteile im Reifengeschäft. Durch die moderne, digitale Gesellschaft lassen sich die klassischen Differenzierungen Werkstatt und Reifenhandel kaum noch halten. Der Verbraucher benötigt nicht lediglich Reifen – ihm geht es um Mobilität insgesamt, die schnell, professionell, individuell sichergestellt werden soll. Das wird der Reifenfachhandel alleine nicht stemmen können, wie die vielen Versuche zur Diversifikation zeigen. Vielleicht sind „Mobilitätsallianzen“ ein Modell der Zukunft. Der Reifenfachhandel kann beispielsweise benachbarte Autohäuser und Werkstätten mit Produkten und diffizilen Montagedienstleistungen bedienen. Oder einen Scheibenreparaturservice in der Nähe tageweise ins eigene Geschäft holen. Das ist gewiss förderlicher, als den goldenen Zeiten nachzutruern, die der Reifenfachhandel lange und zu Recht hatte. Unterstützung bei dem Weg in solche „Netzwerke“ gibt es ja: Die Möglichkeiten zur Qualifikation durch einen starken BRV, unterstützende Kooperationen und professionelle Großhändler.

Zu 3.:

Dies ergibt sich ja aus den bisherigen Gedankenspielen. Einfach gesprochen: Wer weiterhin abwartend davon ausgeht, dass es ja irgendwann wieder besser werden muss, wird dauerhaft ins Hintertreffen geraten. Wenn sich der Reifenfachhandel nicht auf eine Erweiterung seines Blickwinkels einlässt und die aufholenden Wettbewerber in der automotiven Branche weiterhin als den „Erbfeind“ betrachtet, wird er perspektivisch kaum noch Chancen haben. Auf's Abstellgleis führt auch die abwartende oder sogar ablehnende Haltung gegenüber technischen Neuerungen wie RDKS oder Runflat.



Joachim Kleppe,
Geschäftsführer
Bornemann Fahr-
zeugtechnik und
Bereifung GmbH,
Braunschweig

Zu 1:

Ja

Zu 2:

Ein „Geschäftsmodell Zukunft“ gibt es nicht. Es gibt in unserer Branche verschiedene Betriebstypen in unterschiedlichen Regionen mit individuellen Persönlichkeiten und Unternehmensgeschichten. Damit ergeben sich unterschiedliche Möglichkeiten.

Unser Betrieb wird zur Zeit von der dritten und vierten Generation von Inhabern geführt. Wir beschäftigen 25 Mitarbeiter an einem Standort, sind Vollsortimenter mit spezialisierter Kfz-Werkstatt auf einem Grundstück mit eigenen Hallen für Einlagerung von Kundenrädern vor Ort. Wir sind Vergölst-Partner und arbeiten in einer Stadt mit 250.000 Einwohnern.

Für die Entwicklung einer Unternehmensperspektive ist es notwendig, die eigene Zukunftsplanung, die regionale Lage, den bestehenden Betriebstyp, die Ressourcen (personell, finanziell) und die potenziellen Kundengruppen zu analysieren. Dann können Konzepte mit Investitionsentscheidungen in Immobilien, Personal, Technik, Qualifikation, Standort, Organisation, IT, Einkaufsoptimierung und Marketing entwickelt und umgesetzt werden. Das ist eine Daueraufgabe.

Einige für uns wichtige und wirtschaftlich ertragreiche Entscheidungen der Vergangenheit waren: Aufbau einer Kfz-Abteilung mit Spezialisierung, professionelle Rädereinlage-

rung mit Servicepaket in eigenen Hallen, Anschaffung eines Pannens-Lkw mit Betreuung von Großkunden, Achsvermessung mit allen Möglichkeiten zur Einstellung von Systemkameras (Spurhalte- und Abstandssysteme), Investition in eine moderne IT-Wirtschaft, Organisationsoptimierung und Gewinnung guter Mitarbeiter durch gute Löhne.

Zu 3:

„Aufs Abstellgleis“ führen meines Erachtens Verhaltensweisen und Festhalten an längst überholten Weisheiten wie z.B.: „Handwerk hat goldenen Boden“, „die Kooperationszentrale kennt die Lösung“, „der Reifenhandel braucht billige Arbeitskräfte“, „wenn es schneit, können wir nicht mehr das Telefon abnehmen“.



Jürgen Marth,
Geschäftsführer
Vergölst GmbH,
Hannover

Zu 1.:

Ja, aber diese Entwicklung setzte nicht erst im Jahr 2014 ein, sondern in den 90er Jahren, als die Industrie begann, neben dem klassischen Reifenfachhandel auch andere Absatzkanäle zu bedienen und zu entwickeln. Heute stehen aus Sicht der Endverbraucher und Flottenkunden der Reifenfachhandel, die Neue Distribution, das Autohaus, freie Werkstätten sowie das Internet als Angebotskonzept relativ homogen und gut entwickelt zur Verfügung, der Endverbraucher wählt aus diesem breiten Angebot aus. Und aus Sicht der Industrie ist diese Risikodiversifikation durchaus sehr sinnvoll, da sie die Abhängigkeit von wenigen großen Marktteilnehmern reduziert. Als Reifenfachhändler zu glauben, man sei per se ein bevorzugter Partner, ist ein Irrglaube, dem wir nicht unterliegen dürfen.

Aufgrund dieser Entwicklungen ist auf Reifenfachhändlerseite fast zwangsläufig eine Portfolio-Diversifikation erfolgt. Die heutigen Business-Segmente eines erfolgreichen Reifenfachhändlers zeigen eine ausgewogene Kompetenz in Autoservice, Reifenservice, Flottenabwicklung, Lkw-Reifen und Service sowie der Vermarktung von Speciality-Reifen.

Unter Druck kommt das System allerdings durch die erodierenden Margen und zurückgehenden Volumina bei Pkw-Rei-

fen sowie die schrumpfenden Stückmargen bei Lkw-Reifen, denn der Markt schrumpft bei gleichzeitiger Ausweitung der Kapazität zahlreicher Reifenhersteller.

In der derzeitigen Entwicklung sehe ich die Chance, durch ein Franchise-System, wie z.B. das der Vergölst, mit den richtigen Bausteinen Antworten auf die wirklich relevanten Fragestellungen des Reifenfachhandels zu liefern und die Position des Reifenfachhandels zu sichern.

Zu 2.:

Volle Konzentration am POS auf Kundenbetreuung und -gewinnung, nachgelagerte Funktionen durch Systemzentralen abwickeln lassen, wie z.B.

- Kundendaten managen.
- Offline/Online kombinieren ist eine Riesenchance – insbesondere in großen Filial-Netzwerken.
- Point of Sale und Point of Service von einander trennen.
- Working Capital noch besser managen oder zu neuen Lösungen kommen.
- Prozesse effizienter gestalten, z.B. durch Investition in Werkstatt- und ERP-Systeme.

Zu 3.:

Zu glauben,

1. der Reifenfachhandel sei per se ein bevorzugter Absatzkanal. Fakt ist, dass der Reifenfachhandel der komplexeste Absatzkanal ist.
2. Internet macht das Geschäft kaputt..., Fakt ist, dass die Kaufentscheidung nicht wir treffen, sondern unsere Kunden.
3. Anschluss an ein großes, starkes Netzwerk (industriebeteiligt) wäre die Aufgabe der eigenständigen Position. Fakt ist, dass viele Themen von Freien oder lose gebundenen Marktteilnehmern im Vergleich zu Bindungsmodellen der Teilegroßhändler, der Fahrzeughersteller, der in Private-Equity-Hand liegenden Kfz-Fachmärkte bzw. industriegebundenen Ketten nicht mehr gestemmt werden können.
4. ohne Investitionen in Personal, Systeme und Infrastruktur im Wettbewerb bestehen zu können. →

T&F-Blitzumfrage „Geschäftsmodell Zukunft“ – die Fragen

- 1: Was meinen Sie: Hat sich das traditionelle Geschäftsmodell, in dem der Reifenfachhandel als bevorzugter Partner der Hersteller im Reifenersatzgeschäft fungiert, überlebt?**
- 2: Welche Ansatzpunkte für ein „Geschäftsmodell Zukunft“ der Branche fallen Ihnen spontan ein?**
- 3: Welche traditionellen Geschäftsfelder, Strategien, Verhaltensweisen etc. führen Ihrer Ansicht nach am ehesten aufs Abstellgleis, wenn die Branche weiter daran festhält?**



Michael Nabholz,
Geschäftsführer
Heinrich Nabholz
Autoreifen GmbH,
Gräfelfing



Eugen Straub,
Geschäftsführer
Reifen Straub
GmbH,
Kirchberg

Unserer Ansicht nach sind die Zeiten nicht schwieriger. Sie sind anders und das Einzige, was nicht zum Erfolg führt, ist Stagnation.

Zu 1.:

Aus unserer Sicht hat diese Frage mehrere Facetten. Im Bereich der Nutzfahrzeuge ist der Reifenhandel auch aufgrund seiner vielfältigen Montagemöglichkeiten unverzichtbarer Marktteilnehmer. In Bezug auf das Pkw-Geschäft ist die Frage schwieriger zu beantworten. Soweit Lager- und Verteilfunktionen angesprochen werden, kann auf den klassischen Reifenhandel verzichtet werden. Geht es um die Montage- und Servicefunktion (z.B. RDKS) sowie aus Sicht der Reifenhersteller um die Verhinderung der Abhängigkeit vom Autohaus, hat der Reifenhandel sehr wohl seine bevorzugte Position.

Zu 2:

Zukunftsmodelle sind:

- Enger Kundenkontakt (persönliche Beziehungen, regionale Märkte),
- Einstellung auf verändertes Informationsverhalten der Kunden,
- Kompetenz in speziellen Marktsegmenten (Pkw, Nutzfahrzeug, EM, AS etc.),
- Fokus auf den dazugehörigen Service.

Zu 3:

- Erkennungsmerkmal „Preis“
- Indifferentes Erscheinungsbild (Autohändler, Reifenhändler, freie Werkstatt – was bin ich?)
- Nicht-Beachtung von online-Medien
- ...

Zu 1.:

Von den sogenannten Premiumherstellern, die ihre Ware in die Erstausrüstung liefern, wird der Reifenfachhandel schon seit längerem nicht mehr bevorzugt beliefert.

Die Hersteller versuchen sich so breit wie möglich aufzustellen, um den besten Ertragsmix zu generieren. Welcher Wettbewerb sich dabei vor Ort zwischen den einzelnen Anbietern ergibt, ist erst einmal nicht deren Hauptproblem.

Das Geschäftsmodell ist nun wahrlich ein Auslaufmodell. Wer daran glaubt, den bestraft die Zeit.

Zu 2.:

Der Reifenfachhandel verfügt über große Ressourcen des betrieblichen Humankapitals, das durch die starke Saisonalisierung übers Jahr nicht ausreichend eingesetzt werden kann.

Dazu sind die Räumlichkeiten im Reifenfachhandel in der Regel eher üppig dimensioniert und meistens in guter Verkehrslage.

Hieraus könnten Synergien mit anderen Branchen verbunden werden. Spontan denke ich an Fahrzeugaufbereitung, Autoglas, Autovermieter.

Zu 3.:

Wie in Frage 1 bereits erwähnt: Für den OE-Produzenten ist es erstmal nicht so wichtig, welcher Absatzkanal die produzierten Reifen letztendlich verkauft.

T&F-Blitzumfrage „Geschäftsmodell Zukunft“ – die Fragen

- 1: Was meinen Sie: Hat sich das traditionelle Geschäftsmodell, in dem der Reifenfachhandel als bevorzugter Partner der Hersteller im Reifenersatzgeschäft fungiert, überlebt?**
- 2: Welche Ansatzpunkte für ein „Geschäftsmodell Zukunft“ der Branche fallen Ihnen spontan ein?**
- 3: Welche traditionellen Geschäftsfelder, Strategien, Verhaltensweisen etc. führen Ihrer Ansicht nach am ehesten aufs Abstellgleis, wenn die Branche weiter daran festhält?**

Ergo sollte der Fachhandel sich neuen Anbietern öffnen.

Der junge Autofahrer will von A nach B kommen. Und das gut und günstig. Dafür gibt es preiswerte gute Reifenmarken, die nicht an jeder Ecke zu bekommen sind, und das mit guten auskömmlichen Margen für den Händler. Der Verbraucher ist dankbar für einen guten Tipp.

In der Reifenstudie 2010 ist es nachlesbar: Der Fachhandel verliert bei dieser Käuferschicht besonders stark Marktanteile.

Meiner Ansicht sollte der Fachhandel ruhig einmal das Sortiment auf den Kopf stellen, um nicht mehr so leicht ausrechenbar zu sein.

In anderen Branchen ist es längst durch, nicht nur auf bekannte Markennamen zu setzen. Auch der Reifenfachhandel benötigt einen besseren Produktmix.

Viele Fachhändler reagieren auf Anfragen der Verbraucher. In Zukunft reicht das aber nicht mehr aus. Der Fachhandel muss agieren. Aktiv Kunden, vor allem Flottenkunden, angehen. Das Geschäft mit Endverbrauchern nimmt doch schon seit geraumer Zeit ab. Gut zu sehen ist das bei den privaten Neuzulassungen. Dagegen nimmt die Neuzulassung bei gewerblichen Kunden deutlich zu.



Wolfgang Thomale,
Leiter Marketing
und Vertrieb Pkw-
Reifen-Ersatzge-
schäft D/A/CH,
Continental Reifen
Deutschland GmbH,
Hannover

Zu 1:

Wir müssen uns in D/A/CH damit abfinden, dass wir uns in einem Markt befinden, der nicht mehr signifikant wachsen wird. Die extremen Marktschwankungen der vergangenen Jahre haben darüber hinaus alle Marktteilnehmer zusätzlich unter Druck gesetzt, da diese den stagnierenden Markt in der rückläufigen Phase überproportional spürbar machen.

Alle Vertriebskanäle müssen sich mit der geänderten Marktsituation auseinandersetzen und Strategien entwickeln, wie sich das individuelle Unternehmen in diesem Umfeld behaupten und durchsetzen kann. Dies gilt nicht nur für den Reifenfachhandel. Rein operativ geprägtes Handeln als Antwort auf die vielfältigen Herausforderungen dieses Marktes wird dabei aber definitiv nicht ausreichen. Strategieentwicklung und das Herausarbeiten der eigenen Stärken sowie klarer Ziele sind von entscheidender Bedeutung. Sowohl striktes Kostenmanagement ist zwingend notwendig als auch Prozessmanagement zum Aufdecken von Effizienzlücken.

Jeder, der seine Aufgaben ernst nimmt, um in diesem schwierigen Umfeld in Zukunft zu bestehen, wird auch zukünftig ein interessanter Partner für die Industrie sein.

Zu 2:

Die Management-Themen sind bereits klar in den Vordergrund gerückt. Strategieentwicklung bedeutet dabei auch unmissverständlich festzulegen, was wir tun werden und auch was wir nicht mehr tun werden.

Da wir uns in einem deflatorischen Markt befinden, wird es gelingen müssen, die damit einhergehenden Rohertragsverluste über neue Produkte und oder neue zusätzliche Services zu kompensieren. Kosten- und Prozessmanagement werden dabei sicherlich helfen, jedoch wird es auch um das Entwickeln neuer Umsatz- und Ertragsmöglichkeiten gehen.

Zu 3:

Die traditionellen Felder beanspruchen meistens den größeren Management-Fokus innerhalb einer Unternehmung. Nehmen wir beispielsweise das Thema Einkauf, das innerhalb der Handelslandschaft traditionell stark besetzt ist. Ob damit jedoch in der hohen Transparenz des Marktes noch dieselben Effekte erzielt werden können wie in der Vergangenheit, halte ich für sehr fraglich.

Vielmehr stellt sich die Frage nach den Kernthemen und deren Bedeutung aktuell sowie auch in der Zukunft. Wenn das Management einer Unternehmung ein Thema innerhalb ihrer Strategie für wichtig erachtet, dann sollten darauf auch entsprechende Ressourcen allokiert werden. So war es in der Vergangenheit zum Beispiel beim Thema Autoservice. Zentrale Zukunftsthemen sind mit Sicherheit eCommerce, Sell-out-Pricing und Services. Qualifizierte Mitarbeiter für die Zukunft und für die Umsetzung der Strategie zu werben, ist unerlässlich. Dafür müssen Ressourcen zur Verfügung gestellt werden, damit diese Themen auch adäquat abgearbeitet werden können und einen angemessenen Stellenwert innerhalb des Unternehmens erhalten. →



Jürgen Titz,
Geschäftsbereichs-
leiter Consumer-
Ersatzgeschäft der
D-A-CH-Region,
Goodyear Dunlop
Tires Germany
GmbH, Hanau

Zu 1.:

Die Distributionslandschaft hat sich in den vergangenen Jahren deutlich verändert. Insbesondere der Reifenfachhandel ist mit einer Reduktion des Pkw-Sell-Out-Marktanteils von 56 Prozent im Jahr 2000 auf 43 Prozent im Jahr 2013 bereits seit einigen Jahren unter Druck geraten. Gleichzeitig haben sich mit dem Online-Vertrieb neue Marktteilnehmer erfolgreich etabliert und sämtliche Prognosen deuten auf ein weiteres Wachstum dieses Vertriebskanals. Auch haben Autohäuser und freie Werkstätten zunehmend die Ertragspotenziale des Reifengeschäfts entdeckt und wachsen auf Kosten des Reifenfachhandels. Auf den ersten Blick scheinen diese Zahlen eine klare Sprache zu sprechen. Dennoch ist und bleibt der qualifizierte Reifenfachhandel aus unserer Sicht der zentrale Partner der Hersteller im Reifenersatzgeschäft.

Um auch in Zukunft erfolgreich zu agieren, müssen sich alle Marktteilnehmer – Händler wie Hersteller – den Veränderungen des Marktumfeldes stellen. Neue bzw. veränderte Vermarktungskonzepte des Reifenfachhandels, aber auch neue Formen der Kooperation zwischen Industrie und Handel sind hier die Grundlage für nachhaltige Geschäftsmodelle der Zukunft. Werden diese erfolgreich umgesetzt, sehen wir für den Reifenfachhandel insgesamt gute Potenziale.

Zu 2.:

Ich nenne hier drei Bereiche: Von zentraler Bedeutung sind zum einen neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Reifenfachhandel. Die Bereitschaft zu langfristigen, strategischen Systempartnerschaften zwischen Industrie und Handel ist für beide Seiten Voraussetzung für gemeinsames, zukünftiges Wachstum. Die zunehmende Lagervernetzung ist hier ein wichtiges Element zur Sicherstellung von Warenverfügbarkeiten.

Der zweite Ansatzpunkt betrifft die Weiterentwicklung der qualitativen Vermarktung seitens des Reifenfachhandels. Innovative Vermarktungskonzepte, die auf hervorragende

Qualität und Servicemodelle setzen und so zur langfristigen Kundenbindung beitragen, spielen eine immer größere Rolle. Auch das Schaffen eines positiven Einkaufserlebnisses für einen aus Verbrauchersicht im Vergleich zu anderen Produkten eher weniger attraktiven Einkauf wird immer wichtiger.

Schon heute gibt es viele erfolgreiche Reifenfachhändler, die neben einem hervorragenden Reifen- und Räderservice zum Beispiel auch ein komplettes Werkstattgeschäft bieten und sehr hochwertige Marketing- und Kundenbindungsprogramme umsetzen. Insbesondere auf den Gebieten der Eigenvermarktung und der kundenbezogenen Serviceleistungen profilieren sich die Gewinner im Markt gegenüber ihren direkten Konkurrenten und Wettbewerbern aus anderen Distributionskanälen und können so die Abwanderung des Kunden in andere Vertriebskanäle verhindern. Aber auch neue Themen wie RDKS und das Reifenlabel bieten Chancen zur professionellen Vermarktung bzw. weiteren Markterschließung. Dabei ist es von entscheidender Bedeutung, die lokalen Marktpotenziale genau zu kennen und im Rahmen eines gezielten Geomarketings sehr fokussiert zu erschließen.

Und schließlich nenne ich den wachsenden Trend zur Online-Vermarktung, dem sich auch unsere Branche stellen muss. Der Fachhandel hat die Chance, sich als Fachmann für neue Technologien zu positionieren und weitere Potenziale zu aktivieren. Web-basierte Informations- und Beratungsmodule, die dem stationären Handel Geschäft zuführen, sind hier ein Schlüssel für die Zukunft und können dazu beitragen, sich qualitativ von der Konkurrenz zu differenzieren.

Zu 3.:

Der fortgesetzte Preisfokus ist sicherlich eine besorgniserregende Entwicklung. Natürlich gibt es hierfür viele Ursachen und hier unterscheidet sich der Reifenmarkt nur sehr wenig von anderen Multi-Channel-Märkten. Marktteilnehmer, die den Preis als dominierendes Vermarktungsinstrument einsetzen und keine weiteren Differenzierungen kreieren, die beim Verbraucher als Mehrwert wahrgenommen werden, werden es schwer haben, langfristig im Markt zu bestehen.

Der bloße Abverkauf über den Preis ist ein Geschäftsmodell, das aus unserer Sicht langfristig ins Abseits führt, denn die Zukunft gehört dem Produkt in Verbindung mit innovativen Dienstleistungen rund um das Produkt. Hier hat der Reifenfachhandel sicherlich noch Potenziale. Es ist wichtig, sich neuen Entwicklungen positiv zu stellen und die Chancen wahrzunehmen, die sich daraus ergeben. Der Kunde wird mit seinen Anforderungen in Zukunft mehr denn je im Mittelpunkt stehen – das gilt für Händler wie Hersteller gleichermaßen. Umso wichtiger wird es sein, dass auch Industrie und Handel partnerschaftliche Systeme der Zusammenarbeit noch weiter entwickeln. Davon können beide Seiten profitieren.

Sonderverkauf

Lagersysteme bei ESKA

ESKA Reifendienst bietet ab Niederlassung Regensburg drei hochwertige Lagersysteme zum Verkauf.

ANGEBOT

Bei den Systemen handelt es sich um ein Lagergestell mit jeweils einer quadratischen, verstärkten Holzpalette im Format 1,39m x 1,39m und aufgesetzten Metallstäben in drei Größen bzw. Höhen.

- **Lagersystem Typ H1**
(ohne zusätzliche Querstrebe)
Höhe 0,91m
Preis pro Stück € 100,- netto
- **Lagersystem Typ H2**
(mit zusätzlicher Querstrebe)
Höhe 1,69m
Preis pro Stück € 140,- netto
- **Lagersystem Typ H3**
(mit zusätzlicher Querstrebe)
Höhe 1,83m
Preis pro Stück € 140,- netto

Angebotsmenge pro System ca. 500 Stück,
bei Bedarf auch mehr.



Bei der Abnahme größerer Mengen Preis VB

BRV-Veranstaltungen in 2015

Der Terminplan ist gut gefüllt!



Abb.: Alexandra H./pixello.de

Wie jedes Jahr organisiert der BRV auch in 2015 wieder zahlreiche interessante Lehrgänge, Arbeitskreissitzungen und sonstige Termine, von denen Reifenhandel und -handwerk – direkt oder indirekt – profitieren können, weil branchenspezifische Themen und Kompetenzen im Fokus stehen. Hier der Terminplan 2015 per Ende Januar:

Februar 2015

Zwischen Redaktionsschluss und Erscheinen der vorliegenden ersten Ausgabe des BRV-Mitgliedermagazins haben bereits einige Termine stattgefunden, auf die wir zum Teil in dieser Ausgabe schon eine Vorschau geben und über die wir in Heft 2 konkret berichten werden:

- 10.02 Frühjahrsitzung des **BRV-Arbeitskreises Reifentechnik/Autoservice** in Bonn. In diesem Gremium beraten Fachleute über alle aktuell für Reifenfachhandel und -handwerk relevanten technischen Themen und sorgen dafür, dass offene Fragen geklärt und die Antworten an die Branche kommuniziert werden. Die Tagesordnung zur Sitzung ist auf S. 52 veröffentlicht.
- 17./18.02. **BRV-Industriegespräche** mit den Premiumreifenherstellern. Wegen der angespannten Branchenlage wurden die sonst alle zwei Jahre traditionell im September stattfindenden Gespräche auf den Februar vorgezogen. Mehr dazu siehe im nachfolgenden Beitrag.
- 19.02. Frühjahrsitzung des **BRV-Arbeitskreises Felgenrehersteller** (Bonn). Im Fokus der zweimal jährlich stattfindenden Meetings der namhaften

Räderhersteller in Deutschland stehen jeweils die neuesten Umfrageergebnisse des im Auftrag des AK realisierten Felgen-Sell-In-Panels. Neben der Marktentwicklung kommen natürlich auch hier Themen auf die Tagesordnung, die für das Produktsegment aktuell relevant sind – siehe Beitrag auf S. 22.

- 23.-28.02. Erster von zwei **BRV-Reifenfachverkäuferlehrgängen (PoS)** des Jahres, dem branchenweit anerkannten Weiterbildungsangebot des Verbandes. Veranstaltungsort ist Rösrath bei Köln, nähere Infos/Anmeldeunterlagen unter www.brw-bonn.de, Menüpfad Unternehmer > Aus- und Weiterbildung > BRV-Lehrgänge.

März 2015

- 02.-05.03. Erster Lehrgang zum **BRV-Reifenfachverkäufer im Außendienst**. Auch diese Weiterbildung findet in Rösrath statt. Nähere Infos/Anmeldeunterlagen wie oben.
- 16.03. Meeting des **BRV-Arbeitskreises Marktforscher** in Bonn, in dem die teilnehmenden Experten ihre jeweiligen Einschätzungen zur Markt- und Strukturentwicklung im Reifenfachhandel präsentieren und diskutieren, um so zu einem realistischen Branchenbild zu kommen.
- 25.03. Frühjahrsitzung des **BRV-Arbeitskreises Betriebswirtschaft, Kommunikation, Steuern** (Bonn). Er hat – mit anderem Themenschwerpunkt – die gleichen Aufgaben wie der oben erwähnte AK Technik. Die Tagesordnung zur Sitzung siehe auf S. 79.

Juni/Juli 2015

- 22.06.-11.07. Weiterbildungslehrgang zum **BRV-Juniormanager** speziell für Mitarbeiter aus Partnerunternehmen der **GD Handelssysteme** (Köln) in Rösrath.
- 11.07. Ungewöhnlich spät findet die sonst immer auf Mai/Juni terminierte **Jahreshauptversammlung 2015** des Verbandes statt. Dafür werden neben einem interessanten Fachprogramm, das den Fokus auf die Zukunftsfähigkeit des Reifenfachhandels legen wird, diesmal zwei besondere Highlights geboten: Die teilnehmenden Mitglieder bekommen das Gelände der Koelnmesse präsentiert, auf dem ab 2018 unter ideeller und fachlicher Trägerschaft des BRV erstmals die neue internationale Fach-

messe The Tire Cologne stattfinden wird. Und Höhepunkt des gesellschaftlichen Teils wird der Besuch der Kölner Lichter, Deutschlands größten Höhenfeuerwerks, das die Skyline der Domstadt in ein atemberaubendes Farbenmeer taucht. Nähere Infos sowie die Anmeldeunterlagen finden BRV-Mitglieder im Beitrag auf S. 9 sowie in dem Einladungsschreiben, das diesem *Trends & Facts* beiliegt.

August/September 2015

- 02.-22.08. Lehrgang zum **BRV-Juniormanager**. Anders als der im Juni/Juli stattfindende Kurs steht dieser Lehrgang Mitarbeitern aller Reifenhandelsunternehmen offen.
- 24.-29.08. Zweiter **BRV-Reifenfachverkäuferlehrgang (PoS)** des Jahres.

31.08.-03.09. Zweiter Lehrgang zum **BRV-Reifenfachverkäufer im Außendienst**.

Veranstaltungsort ist auch hier jeweils Rösrath bei Köln. Informationen zu diesen Angeboten gibt es im Internet unter www.brv-bonn.de, Menüpfad Unternehmer > Aus- und Weiterbildung > BRV-Lehrgänge.

Oktober 2015

01.10. Herbstsitzung des **BRV-Arbeitskreises Reifentechnik/Autoservice** in München.

Soweit ein Ausblick auf die bisher terminierten BRV-Veranstaltungen. Weitere werden das Programm ergänzen; die jeweils aktuelle Übersicht ist immer im Heftanhang jeder Ausgabe von *Trends & Facts* (hier: siehe S.80) sowie im Internet unter www.brv-bonn.de > Unternehmer > Termine zu finden.

BRV-Industriegespräche 2015

Genug Gesprächsstoff ist vorhanden

Am 17. und 18. Februar – und damit rund drei Wochen nach Redaktionsschluss der vorliegenden *T&F*-Ausgabe – fanden die Industriegespräche statt, zu denen der BRV Vertreter der Markenreifenhersteller Continental, Bridgestone, Goodyear Dunlop, Michelin und Pirelli in die Verbandsgeschäftsstelle nach Bonn eingeladen hatte. Die BRV-Gesprächsdelegation bestand aus Peter Hülzer und Hans-Jürgen Drechsler sowie den Vorstandsmitgliedern Marc Johann, Rolf Körbler, Dr. Matthias Schubert und Goran Zubanovic; außerdem nahmen drei Vertreter des österreichischen BRV-Schwesterverbandes VRÖ an den Meetings teil. Folgende Themen standen per Mitte Januar auf der Tagesordnung für die Gespräche:

Aktuelle Markteinschätzung

Rückblick auf das Geschäftsjahr 2014, Prognose 2015 für die Segmente Pkw-, 4x4-, Lkw- und Lkw-Reifen sowie Betrachtung der Stückzahlen, Preisentwicklung und Entwicklung der Distributionskanäle.

Handelsspezifische Themen

- Strukturwandel in der Branche: Wie sehen die Reifenhersteller die derzeitige Situation und die Zukunftsfähigkeit des Reifenfachhandels und welche Bedeutung hat der Distributionskanal Reifenfachhandel zukünftig für die Hersteller?
- Weshalb erfolgt eine Vertriebsselektion nach Segmenten? Lkw-Reifenvermarktung = Vorbild für das Pkw-Reifensegment.
- Wie sehen die Reifenhersteller die Vermarktungsqualität des Großhandels? Kauf von Großhändlern durch die Industrie/Stichwort: Preiskontrolle im Markt.

- Gibt es eine (Ziel-)Marge, die sich Reifenhersteller auf der Ebene der Sell-Out-Vermarktung für ihre Produkte vorstellen? Eventuell auch unterschiedlich je nach Marke und Segment? Wie unterstützt der Hersteller den Handel, damit dieser diese Marge erzielen kann?
- Wie wird auf verstärkte Aktivitäten von Online-Plattformen bei Endverbrauchern im Lkw-Reifen-Bereich reagiert?
- Umgehung des Reifenfachhandels durch die Industrie-außendienste.

Unter „Verschiedenes“ waren auf der Agenda schließlich die neue Reifenmesse The Tire Cologne 2018, der ZUGFeRD genannte Standard für die elektronische Rechnung sowie die neue BRV-Studie „Geschäftsmodell Zukunft“ (Finanzierung/Ideen der Hersteller) als Themen vorgesehen.

Infobox



Das Protokoll der Industriegespräche veröffentlicht der BRV regelmäßig unmittelbar nach Fertigstellung per E-Mail als BRV-VIP-Newsletter. Zeitgleich mit dem Versand ist es im „Archiv Newsletter“ im passwortgeschützten Bereich der BRV-Website zu finden (siehe dort unter www.brv-bonn.de > Mitglieder Login > Archiv Newsletter > Februar oder März 2015).

Messestandort Köln

Millionen-Invest bis 2030



Koelnmesse 3.0: So wird das neue Gesicht der Koelnmesse in Richtung Osten nach dem Umbau aussehen.

Die Koelnmesse, Standort der vom BRV ideell getragenen neuen Reifenmesse **The Tire Cologne** ab 2018, plant bis zum Jahr 2030 bedeutende Investitionen in die Zukunft des Geländes und in das Messeprogramm. Aufsichtsrat und Gesellschafterversammlung gaben unter Vorsitz von Oberbürgermeister Jürgen Roters Ende letzten Jahres grünes Licht für eine erste Phase des mit „Koelnmesse 3.0“ betitelten Maßnahmenplans. Die Gremien beauftragten die Geschäftsführung der Koelnmesse, in den Jahren 2015 bis 2020 in einer ersten Phase Instandhaltungs- und Baumaßnahmen mit einem Volumen von 204 Millionen Euro umzusetzen, die das Unternehmen aus eigener Wirtschaftskraft und über den Kapitalmarkt finanzieren wird. Insgesamt umfasst die Planung bis 2030 Investitionen in Höhe von rund 600 Mio. Euro.

„Koelnmesse 3.0 – das bedeutet: Wir schaffen nachhaltig das attraktivste innerstädtische Messegelände der Welt und haben auch 2030 unseren Platz unter den Top Ten der globalen Messebranche. Die Qualität und die Attraktivität des Geländes sind dafür Ausschlag gebend.“, sagt Messe-Chef Gerald Böse. Für Oberbürgermeister Jürgen Roters sind „die Investitionen ohne Alternative für die Zukunft des Messestandorts Köln. Nur so sichern wir auf lange Sicht die jährlichen Milliardenumsätze in Stadt und Region und die Millionen von Gästen in Köln, die mit der Messe verbunden sind.“

Umfassendes Maßnahmenpaket

Koelnmesse 3.0 umfasst eine Reihe von Maßnahmen:

- Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen mit Schwerpunkt im Südgelände. Alleine technische Sanierungen, von denen die Messekunden optisch nichts mitbekommen – wie beispielsweise bei Sanitär, Lüftungs- und Klimaanlage – erfordern bis 2030 Investitionen im dreistelligen Millionenbereich.
- Den Bau der Halle 1plus mit einer Brutto-Ausstellungsfläche von knapp 10.000 qm, die es ermöglicht, das Gelände bei laufendem Messebetrieb störungsfrei umzubauen. So stehen den Ausstellern und Besuchern auch während der Bauphase hochwertige 284.000 qm Ausstellungsfläche zur Verfügung, selbst wenn einzelne Hallen für gewisse Zeit teilweise geschlossen werden.
- Die Verbesserung der Verkehrs- und Parkraumsituation. Dazu zählt der Bau neuer Parkhauskapazitäten, die den Wegfall von Parkflächen durch die im rechtsrheinischen Köln vorgesehenen Entwicklungsprojekte kompensieren.
- Attraktivitätssteigernde Maßnahmen in den Hallen und im Umfeld wie beispielsweise Begrünung, Beleuchtung und Fassadengestaltung sowie verbesserte Wegführung von den Parkflächen.
- Die Verbesserung der Ausstattung mit digitalen Vermarktungsmöglichkeiten für die Messteilnehmer.

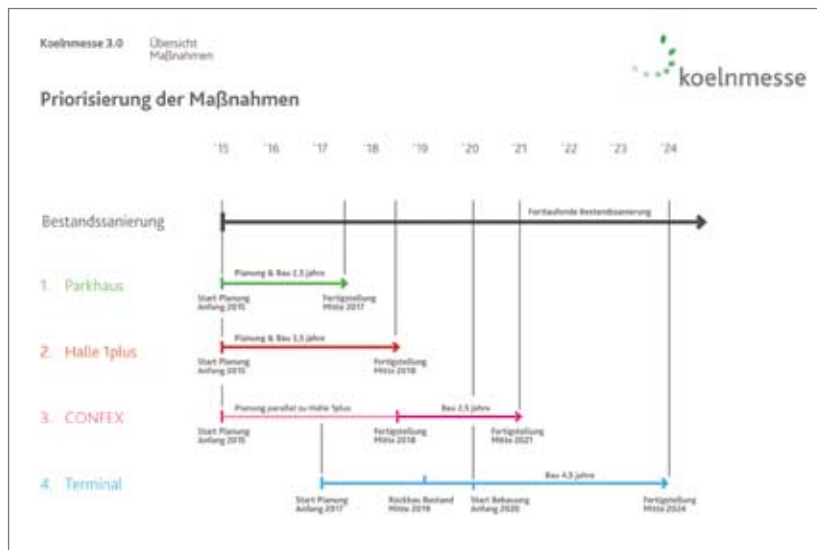
- Ein neues zentrales Eingangsterminal für die Südhallen, das die Congress-Centren West und Ost modernisiert und als Verbindung zu den angrenzenden Hallen die Flexibilität der Geländedenutzung weiter deutlich erhöht.
- Den Bau einer Confexhalle, die flexibel als Messe-, Kongress- und Eventhalle für Firmenveranstaltungen genutzt werden kann und etwa 4.000 Teilnehmern Platz bietet. Sie ermöglicht damit auch neue Veranstaltungsformate aus Messe und Kongress („Conference and Exhibition“) und füllt die Lücke im Kongressbereich, die in Köln bereits seit Jahren existiert.

Marktentwicklung fordert Investitionen

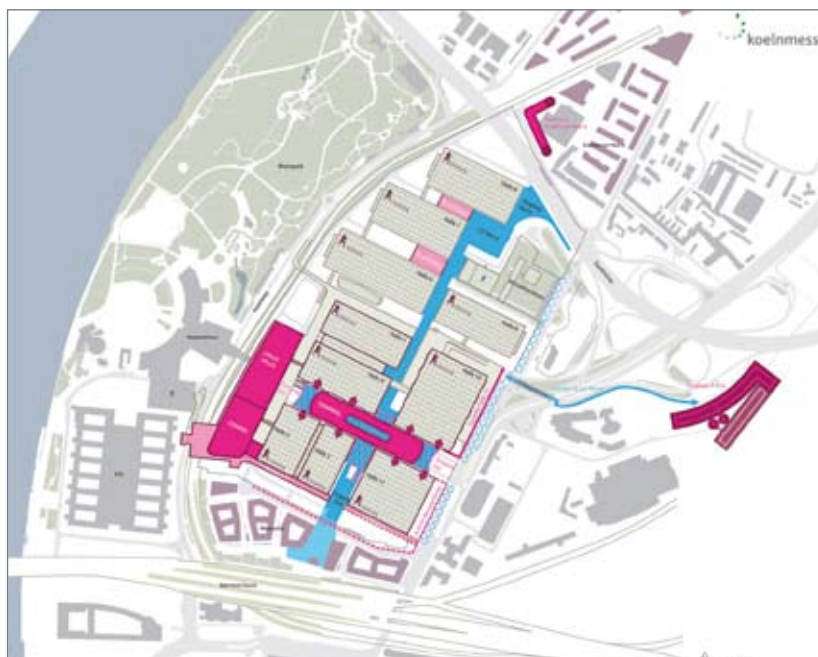
Nachdrückliche Motivation für „Koelnmesse 3.0“ liefert die aktuelle Entwicklung des internationalen Messegeschäfts, die an die Effizienz, die Flexibilität, die Attraktivität und auch die Ausstattung der Messestandorte neue, immens hohe Anforderungen stellt. „Als Messeveranstalter sind wir heute in erster Linie Kommunikationsdienstleister mit hohem Serviceanteil.“, so Gerald Böse. „Jedes Gelände, das in den kommenden Jahren als Top-Standort in der Welt bestehen will, muss dies ermöglichen.“ Dabei geht es

- um steigende „Eventisierung“ des Messegeschäfts, also das zunehmende Bedürfnis nach Emotionalität und Erlebnis,
- um die Wirtschaftlichkeit und Effizienz der Messteilnahme aus Aussteller- und Besuchersicht,
- um die Flexibilität für parallele Veranstaltungen und übergreifende Formate
- und nicht zuletzt um die Stärkung des Wirtschaftsstandorts, der Verkehrsbetriebe, der Gastronomie und Hotellerie, des Handels und der messeorientierten Dienstleister.

Insgesamt erlebt derzeit die deutsche Messebranche, die seit Jahrzehnten führend in der Welt ist, einen einzigartigen Investitionsboom. Auch andere deutsche Großmessen haben Investitionen von insgesamt mehreren Milliarden Euro angekündigt. Die Koelnmesse, die nach 2013 auch im Jahr



Zeitstrahl für das Investitionsprogramm: Die Planung der Maßnahmen von 2015 bis 2024.



Bauplan für die „Koelnmesse 3.0“: Bis 2030 soll hier das attraktivste Innenstadt-Messegelände der Welt entstehen.

2015 neue Bestwerte bei Umsatz und Gewinn anstrebt, will das gesamte Paket bis 2030 ohne Zuschüsse durch die öffentlichen Gesellschafter aus eigener Kraft finanzieren und dabei zu erwartende Gewinne unmittelbar reinvestieren.

„Das umfangreiche Investitionsprogramm wird die Attraktivität des Messestandorts Köln für Aussteller wie Besucher noch weiter steigern“, freut sich BRV-Chef Peter Hülzer. „Das bestärkt uns in der Ansicht, dass wir mit der Übernahme der ideellen Trägerschaft für die neue internationale Reifenmesse The Tire Cologne ab 2018 den richtigen Schritt getan haben!“

BRV-Arbeitskreis Felgenreissteller

Rahmenbedingungen des Rädermarktes

Die erste, nicht öffentliche Sitzung 2015 des BRV-Arbeitskreises Felgenreissteller fand am 19. Februar – und damit einige Wochen nach Redaktionsschluss der vorliegenden *T&F*-Ausgabe – in Bonn statt. Für die Teilnehmer standen dabei folgende, für den Rädermarkt aktuell relevante Themen im Fokus:

- Erörterung der aktuellen Branchenlage, u.a.
 - Marktdaten Reifenersatzgeschäft Deutschland 2014/Prognose 2015
 - Veränderung im Reifenfachhandel durch verstärkte Aktivitäten des Autohauses/der Automobilhersteller (Erkenntnisse des BRV aus Reifenfachhandel und -industrie, Bericht über die BRV-Industriegespräche am 17./18.02. mit den Markenreifenherstellern, Erkenntnisse der Arbeitskreismitglieder)
 - Neue BRV-Studie „Geschäftsmodell Zukunft“
 - Erstes RDKS-Resümee aus dem Fachhandel – Kommt Routine auf?
 - Thema „Ganzjahresreifen“

- Marktforschung Felgenreis: Ergebnisse des Räder-Sell-In-Panels 2014
- Update Radialrisse in Verbindung mit ROF-Reifen
- Ergebnisse aus der letzten Sitzung des FKT-Sonderausschusses Reifen und Räder
- ZUGFeRD: Standard für die elektronische Rechnung. ZUGFeRD ist die Abkürzung für „Zentraler User Guide des Forums elektronische Rechnung Deutschland“. Die gewollte Analogie zum „Zugpferd“ soll deutlich machen, dass das neue elektronische Rechnungsformat die elektronische Rechnung zügig voranbringen soll.

Über die Ergebnisse berichtet *T&F* in der kommenden Ausgabe.

BRV-Mitglieder

Willkommen im Verband!

Zum 1. Januar dieses Jahres hat der BRV die stolze Zahl von 3.587 Mitgliedsbetrieben vorzuweisen; davon sind 272 „ordentliche“ BRV-Mitglieder (sprich: Hauptbetriebe bzw. Unternehmenszentralen) und 1.600 Filialen. 1.539 Betriebe insgesamt gehören über die zwischen BRV und diversen Kooperationszentralen vereinbarten Gruppenmitgliedschaften dem Verband an und alles in allem 165 Reifenhersteller, Zulieferer oder sonstige Dienstleister für den Reifenfachhandel sind als Fördermitglieder dem BRV angeschlossen. Insgesamt knapp 100 der Mitgliedsbetriebe aus dem Reifenhandel sind in Österreich, der Schweiz und Luxemburg ansässig, bei den insgesamt 27 ausländischen Fördermitgliedern gibt es neben 16 Unternehmen mit Sitz in Österreich vier Niederländer, zwei Briten und jeweils ein Unternehmen mit Sitz in Belgien, Italien, der Schweiz, Frankreich und den USA.

Bezogen auf die Gesamtzahl der Reifenhandelsbetriebe in Deutschland (knapp 4.350 laut letztjähriger BRV-Marktstrukturanalyse) sind damit hierzulande gut 76 Prozent dem Verband angeschlossen – ein beachtlich hoher Organisationsgrad für den Fachverband einer vergleichsweise kleinen Branche!

Und auch wenn der Strukturwandel – weg vom Einzelkämpfer, hin zum Anschluss an Kooperationen oder industriegeführte Handelsketten; oder Unternehmen werden an Mitbewerber verkauft oder verschwinden ganz vom Markt – deutlich in den Mitgliederbewegungen innerhalb der BRV-Datenbank zu beobachten ist: Immer wieder kommen genug Neumitglieder hinzu, die die „natürlichen“ Abgänge zahlenmäßig kompensieren.

An dieser Stelle begrüßen wir ganz herzlich die BRV-Mitglieder, die im vergangenen Jahr neu zum Verband gekommen sind:

„Ordentliche Mitglieder“ = Reifenhandelsbetriebe, Deutschland

ad – Auto Dienst Falkenstein, Rene Meinel-Poller & Jörg Erler GbR	Neustadt
ADH Dienstleistungs und Handelsunternehmen eG	Zwickau OT Hüttelsgrün
All-Service-Richter	Filderstadt
ALWE Fahrzeugteile GmbH	Reichenbach
Andreas Pöschl Reifenservice u. -handel	Zeulenroda
Armbruster & Helfer Kfz-Service Karlsdorf UG & Co. KG, Vergölst Partnerbetrieb	Karlsdorf-Neuthard
Auto Service Kaupa GmbH, Inh. Günter Kaupa	Kitzingen
AUTO TAREK	Aurachtal
Autohaus Albrecht & Huschka GbR, Com4Tires Partner	Ludwigslust
Autohaus Amsl	Hauzenberg
Autohaus Baur GmbH	Mutlangen
Autohaus Herrmannsdorf GmbH, Vergölst Partnerbetrieb	Zwenkau
Autohaus Hirsch GmbH	Chemnitz
Autohaus Schinner e.K., Inh. Claus Schinner	Weimar
Autohaus Schmidt, Inh. Thomas Schmidt	Wörrstadt
Autohaus Schrader, Inh. Michael Schrader e. K.	Wesselburen
Autoservice Müller, KFZ-Meister-Fachbetrieb	Burgheim
Autoservice Rusche Inh. Andreas Rusche, Com4Tires Partner	Magdeburg
Auto-Shop Diecks KFZ-Ersatzteile & Zubehör, Inh. Ingo Diecks	Neuenkirchen
Autoteile Gerhard Winkler, Com4Tires Partner	Aull
Autoteile Heibing GmbH, Reifen-Center	Geesthacht
Autowerkstätte Strixner GmbH	München
BÄNEX Reifen- und Fahrzeughandel und Service GmbH	Königsborn
Bermann Reifen & Autoservice GmbH	Stühlingen
Brander Landtechnik Vertriebsgesellschaft mbH	Brand-Erbisdorf
Bruckmühler Reifencenter GmbH	Bruckmühl
Daniel Jahn GmbH, Quick Reifendiscount	Wuppertal
Dieter Schönherr Reifen und Zubehör	Dippoldiswalde
E & S Autoteile und Reifenhandel GmbH	Ellwangen (Jagst)
East Racing Motorsport, David Sachs Kfz-Handel	Oberlungwitz
Eifel Reifen	Badem
Fahrzeugservice Schwarzadler GmbH	Radibor
Ferrer e.K., Vergölst Partnerbetrieb	Norderstedt
Fischer Autoteile GmbH	Iserlohn
Fohsack Getränke GmbH, Ellerbeker Reifenservice	Ellerbek
Gebrüder Bolz GmbH Autotechnik + Reifen	Koblenz
H + R Reifenservice	Gammelsdorf
Halsband & Schwers GmbH	Vreden
Hans-Joachim Müller e. K.	Siegen
Huber Ramsbacher Reifendienst KG	Oppenau
K & K Reifencenter GmbH	Aschheim
KFZ – Dehmer	Gauaschach
KFZ-Technik Mohrland GmbH, Com4Tires Partner	Hardthausen
KFZ-Werkstatt, Inh. Halil Kista	Grevenbroich
Klaus Trenkle Reifen und KFZ-Teilehandel	Kandern
Koska & Partner GmbH & Co. KG, Premio Reifen+Autoservice	Siegen

Kraftfahrzeugreparaturwerkstatt Franz-Peter Werner	Knüllwald
KWM KFZ-Werkstatt und Metallbau GmbH	Baruth/Mark
LORAMO Reifen und Autoservice	Wiesbaden
Lückert-Flindt GbR, KFZ Meisterbetrieb	Balve
Maik Lahr Räder – Reifen – Autoteile	Cottbus
Marcell Menne Reifenhandel	Wenden-Gerlingen
MB Service Rund ums Auto GmbH	Köln/Lövenich
MMW – Die Mehrmarkenwerkstatt GmbH & Co. KG	Osnabrück
MRS-Automotive GmbH	Berlin
MTS Autoteile, Premio Reifen+Autoservice	Walsrode
Premio am Halberg GmbH, Premio Reifen+Autoservice	Saarbrücken
ProMount, Echaust & Kraus GbR	Hallbergmoos
PS Sport GmbH Andreas Laske	Hechingen
R+S Motorräder GmbH, Com4Tires Partner	Saarbrücken
RCM GbR, Inh. Guido Uselli u. Andreas Kloster	Meckenheim
Reifen – Safar OHG	Remshalden
Reifen- & KFZ-Service Paulus	Echternacherbrück
Reifen + KFZ-Service G. Flick	Boizenburg
Reifen Becking GmbH	Schwalbach
Reifen Blinn, Inh. Klaus Blinn	Zweibrücken
Reifen Brandt Inh. Günter Brandt, Vergölst Partnerbetrieb	Ansbach
Reifen Forum Worms, Inh. Muhammet Kerim Erbay	Worms
Reifen Fuchsl, Roland Gfüllner GmbH	Hohenlinden
Reifen Fuß GmbH	Geiselhöring
Reifen Gierga	Heidelberg
Reifen Groß, Inh. Gerhard Groß	Schöppenstedt
Reifen Harz KG	Bellheim
Reifen Koller, Inh. Andreas Koller	Reichenbach
Reifen Plaßmeier GmbH	Lohne
Reifen Schewe Reifen + Autoservice	Papenburg
Reifen Thaute	Bernau
Reifen- und Autohaus Knötgen GmbH, Premio Reifen+Autoservice	Daun
Reifen und Autoservice Düsseldorf GmbH i.G., Premio Reifen+Autoservice	Düsseldorf
Reifen und Autoservice Obster e.K., Vergölst Partnerbetrieb	Neuried
Reifen- und Autoservice Szebedits GbR, Inhaber: Pascal und Simone Szebedits	Neu-Isenburg
Reifen Warmuth GmbH	Peine
Reifen Zumkeller, Inh. Gerold Zumkeller	Herrschried
Reifendienst am Loh, Kapp & Schmitz GbR	Wuppertal
Reifendienst Mayen GmbH & Co. KG	Mayen
Reifenhaus Bechtold Baierlacher GmbH	Weilheim
Reifenservice – Glade	Hallenberg
Reifenservice Gorissen & Blenkers GbR	Geldern
Reifenservice Krieg, Inh. Tom Krieg	Köthen

Reifen-Service Lenner	Heubach
Reifenservice Martin Biehl	Merzig
Reifenservice Maurer	Heusweiler-Wahlschied
Reifenservice Rüber	Rüber
Reifenservice Zarges-Graf	Kirtorf/Heimertshausen
Ronny Berndt Autoglas Service	Querfurt
RS Fahrzeugteile GmbH	Georgsmarienhütte
S.O. Metz Reifenhandel e.K.	Freiburg im Breisgau
Seliger Autoteile GmbH & Co. KG	Stockach
SeLog GmbH, Vergölst Partnerbetrieb	Zülpich
Steigert Holger Autotechnik, Inh. Holger Steigert	Kamp-Lintfort
Strux e.K., Premio Reifen+Autoservice	Brüggen
Thomas Flatow e.K. Reifenservice	Quedlinburg
TMT Autotechnik GmbH	Delmenhorst
Toni Ventura Reifenservice, Vergölst Partnerbetrieb	Speyer
Top 10 Reifen GmbH	Görlitz
Truck-Expert GmbH	Köln
Tyres on line and Energy GmbH	Paderborn
Ulrich Walter Reifenvertrieb	Herxheim
Walter Löhle KFZ-Meisterbetrieb	Salem-Neufrach
WeFra GbR	Waldsassen
Wheel-Factory, Inh. Michael Baumgärtner	Dettenheim
WM Reifen-Service Müller & Sohn GmbH, Com4Tires Partner	Hagen

Fördermitglieder Deutschland

a.s.k analyse strategie konzept GbR	Frankfurt
AEOLUS Tyre Co. LTD	Rödermark/Ober-Roden
BayWa AG	München
domus pro GmbH	Köln
Gepton GmbH	Vellberg
Gerhard Langner	Niederaichbach
Isoprojects Deutschland GmbH	Oschatz
jfnetwork GmbH	Kitzingen
MAXXIS International GmbH	Dägeling
REIFEN HÜSKA GmbH	Driedorf-Roth
Reifen OKA Reifenhandel – Import/Export	Dornburg-Langendernbach
Setzer GmbH	Miehlen
STAHLGRUBER GmbH	Poing
tpm Technology Products Marketing GmbH	Kaisheim

Neumitglieder Ausland

Pneu Center Buchegger AG (Reifenhandel)	CH-Einsiedeln
Nankang Tire Netherlands B.V. (Fördermitglied)	NL-Den Haag

Online-Archiv des BRV

Verbandsinfos im Web recherchieren

Es kommt relativ häufig vor, dass BRV-Mitglieder eine Anfrage an die Verbandsgeschäftsstelle zu einem Thema richten, zu dem der BRV bereits alle möglichen Informationen veröffentlicht hat – manchmal erst kürzlich, manchmal schon vor längerer Zeit. Natürlich geben die Geschäftsstellenmitarbeiter dann immer schnell und gern Auskunft, doch vielen Mitgliedern scheint gar nicht bewusst zu sein, dass auch das Online-Archiv auf der BRV-Website hervorragende Recherchemöglichkeiten bietet – und das rund um die Uhr, unabhängig von den Öffnungszeiten der BRV-Geschäftsstelle.

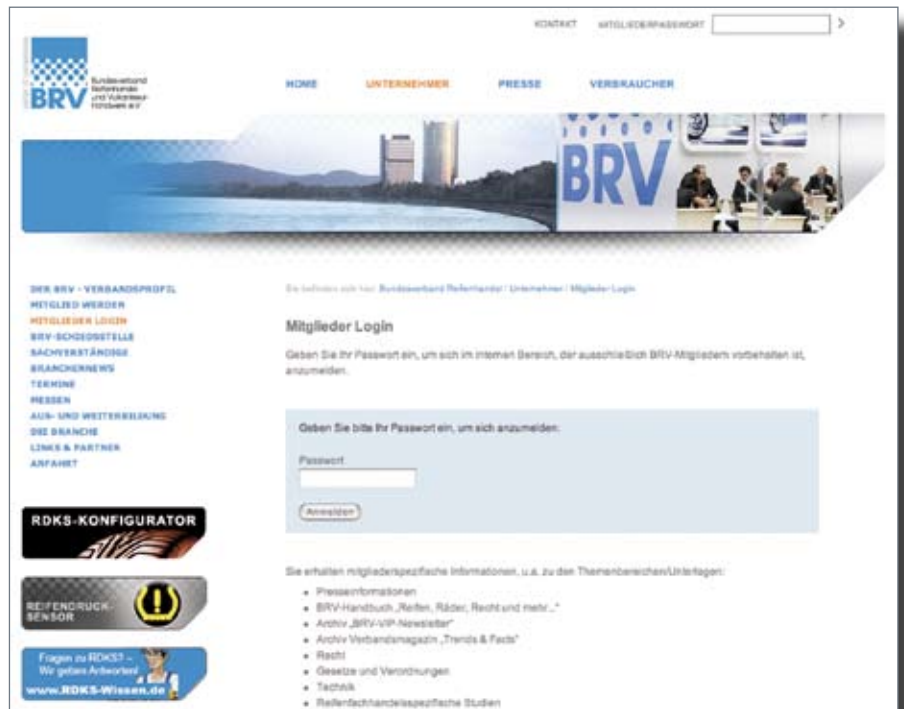
Hier folgt deshalb einmal ein Überblick, was die BRV-Website diesbezüglich bietet und wie Sie das Angebot nutzen können. Doch zuvor ein Tipp: Bevor Sie weiterlesen, setzen Sie sich an den Computer, halten Sie Ihren Login-Code für die BRV-Website bereit (verschwunden oder vergessen? Dann fragen Sie den Code unter info@bundesverband-reifenhandel.de an) und rufen Sie die Adresse www.brv-bonn.de auf. Dann können Sie die nachfolgenden Surftipps gleich ausprobieren und sehen sofort: Recherchieren auf der Verbandswebsite ist in der Praxis einfacher, als es sich so theoretisch liest!

Beiträge aus Trends & Facts

Damit unsere Leser wichtige Informationen und Beiträge auch aus vergangenen Ausgaben der *Trends & Facts* jederzeit recherchieren und wiederfinden können, gibt es im passwortgeschützten Mitgliederbereich der BRV-Website das kontinuierlich gepflegte *Trends & Facts*-Archiv. Aktuell sind hier die vollständigen Ausgaben von *Trends & Facts* ab Heft 6/2003 bis Heft 6/2014 sowie die Jahresinhaltsverzeichnisse der Jahrgänge 2003-2014 eingestellt, zu finden unter dem Menüpfad www.brv-bonn.de > Mitglieder Login (Passwort eingeben) > Archiv *Trends & Facts*. Hier finden sich die beiden Menüpunkte „Jahresinhaltsverzeichnisse“ und „*Trends & Facts*“.

Wer nicht genau weiß, in welcher Ausgabe des Mitglieder-Magazins ein bestimmtes Thema behandelt wurde, geht in folgenden Schritten vor:

1. Aktuellstes Jahresinhaltsverzeichnis mit Doppelklick öffnen.



Geschlossener Mitgliederbereich der BRV-Website: Um hier Zugang zu haben, brauchen Sie den Login-Code.

2. Im Suchfenster (zu finden in der Werkzeugleiste über dem eigentlichen Dokument) ein geeignetes Suchwort eingeben.
3. Auf das nach unten gerichtete Dreieck neben diesem Fenster klicken und mit einem weiteren Mausklick den Befehl „Weiter in aktueller pdf-Datei“ auswählen.
4. Ist das erste Suchergebnis nicht das Gewünschte, diesen Befehl mehrfach ausführen.
5. Wer so nicht fündig wird: dasselbe mit möglichen neuen, verwandten Suchworten probieren.
6. Falls das auch nichts bringt, ggf. die Suche wie in Schritt 1. bis 5. beschrieben in den weiter zurückliegenden Jahresinhaltsverzeichnissen wiederholen.
7. Wurde in einem Jahresinhaltsverzeichnis gefunden, in welcher Ausgabe und auf welcher Seite der Beitrag veröffentlicht war: Im nächsten Schritt per Doppelklick die pdf-Datei des betreffenden Heftes öffnen.
8. Hier über die Eingabe der Seitenzahl in der Werkzeugleiste oben links direkt die gesuchte Seite „aufblättern“ lassen.
9. Alternativ zu Schritt 7 kann man sich auch über eine erneute Stichwortsuche (Fenster [Suchen] in der Werkzeugleiste oben rechts bei geöffneter Heftdatei) mit dem erfolgreichen Suchwort aus dem Jahresinhaltsverzeichnis zu dem Artikel navigieren.

BRV-VIP-Newsletter

Auch für die per E-Mail versandten VIP-Newsletter gibt es ein eigenes Archiv auf der Verbandswebsite, und auch dieses ist im passwortgeschützten Mitgliederbereich angelegt. Geben Sie auf www.brv-bonn.de ganz oben rechts im Dialogfeld „Mitgliederpasswort“ Ihren Login-Code ein. Es öffnet sich die Startseite des Login-Bereichs, auf der Sie ganz links in der Menüleiste unter dem Menüpunkt „Mitglieder Login“ den Unterpunkt „Archiv Newsletter“ anwählen können. Wer diesen per Doppelklick öffnet, findet die gesammelten BRV-VIP-Newsletter seit 2008, chronologisch geordnet nach Jahrgängen und innerhalb dieser nach Monaten.

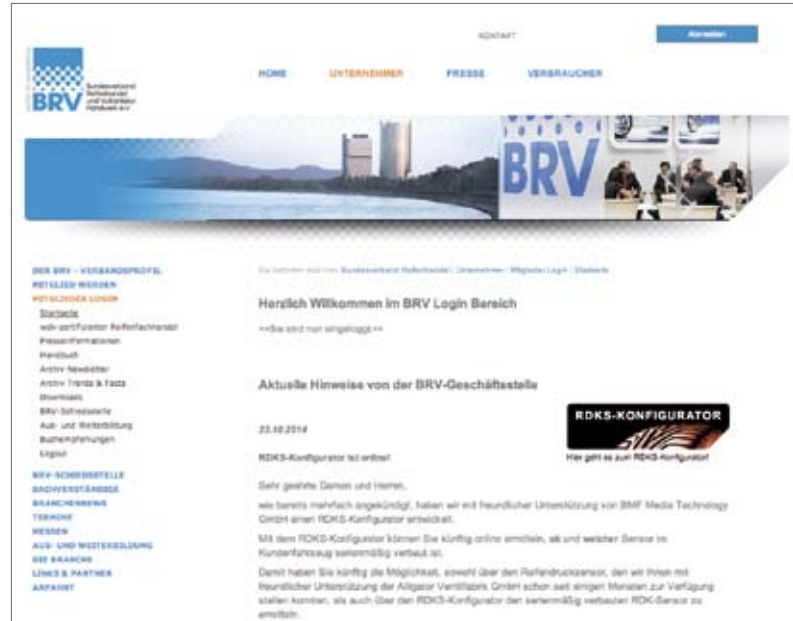
Kapitel aus dem BRV-Handbuch

Das beliebte BRV-Nachschlagewerk „Reifen, Räder, Recht und mehr...“ steht ebenfalls im Web zur jederzeitigen Konsultation bereit – und zwar in der jeweils aktuellsten Ausgabe. Zur Zeit ist das noch die aktualisierte Auflage vom Frühjahr 2014, doch schon im März soll die überarbeitete, um neue Infos und Themen aus dem vergangenen Jahr ergänzte Version 2015 ans Netz gehen. Der Zugang funktioniert ähnlich wie zu den *Trends & Facts*-Beiträgen: Login in den Mitgliederbereich, dann Auswahl des Menüpunktes „Handbuch“ in der Menüleiste links. Dort gehen Sie entweder über das direkt mit dem jeweiligen Handbuch-Kapitel verlinkte „Stichwortregister“ oder Sie wählen das „Handbuch A-Z Register“ an und blättern sich dort durch alle Beiträge, die das Nachschlagewerk zum jeweiligen Buchstaben enthält.

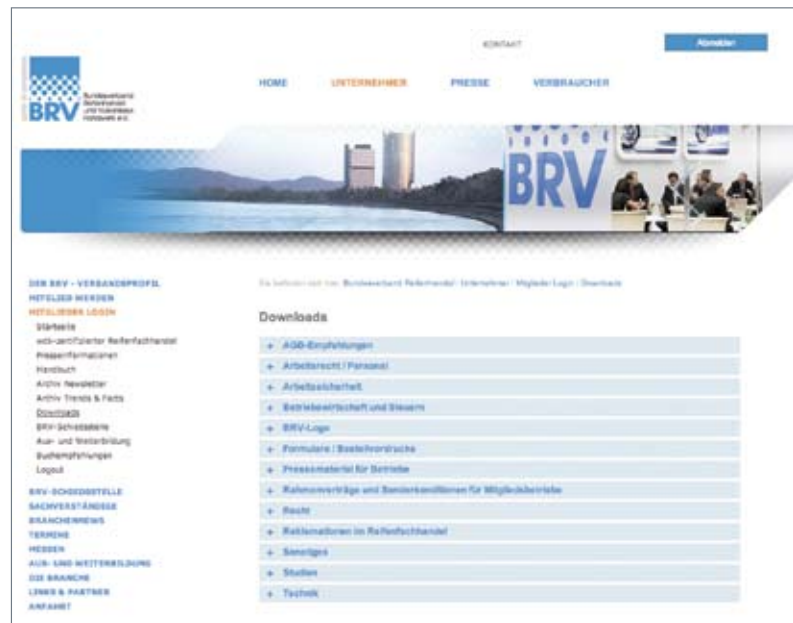
Alternativ zur Online-Konsultation auf der BRV-Website können Sie unter dem genannten Menüpunkt das Handbuch in der jeweils aktuellen Ausgabe auch auf den eigenen Computer herunterladen oder es in der Geschäftsstelle als eBook bestellen.

Sonstige Unterlagen

Auf der Suche nach Informationen zu branchenrelevanten Themen hält neben *T&F*-Archiv, Newsletter-Archiv und Online-Handbuch auch der Downloadbereich der BRV-Website nur wenige Klicks entfernt ein wahres Füllhorn bereit: Ob im Auftrag des Verbandes realisierte Studien (z.B. „Reifenfachhandel 2020“), Online-Tools als Hilfen für die Unternehmensführung (etwa Excel-Tool zur Jahresplanung im Reifenfachhandel), aktuelle Marktanalysen (Preispanel, Dispo-Unterlagen, Entwicklung im Reifenersatzgeschäft, Marktstruktur...), Rechtsinfos (Gesetze und Verordnungen, Leitfäden, Musterverträge u.a.) oder Rahmenverträge des BRV mit diversen Dienstleistern zugunsten



Nach dem Login: Über die Menüleiste am linken Seitenfenster können Sie die verschiedenen, BRV-Mitgliedern vorbehaltenen Bereiche ansteuern, z.B. Handbuch, die Archive für Newsletter und Trends & Facts und den Downloadbereich.



Startseite des Bereichs „Downloads“: Bei Klick auf die Pluszeichen vor den Punkten von „AGB-Empfehlungen“ bis „Technik“ öffnet sich ein wahres Füllhorn an Informationen und Tools für BRV-Mitglieder.

seiner Mitglieder: All dies und noch viel mehr finden Sie nach dem Mitglieder-Login unter dem Menüpunkt „Downloads“.

BRV-Pressinfos

Last, but not least haben BRV-Mitglieder auch zu den aktuellen Verbandspressinfos natürlich jederzeit Zugang. Und auch hier gilt: Loggen Sie sich zunächst mit dem Passwort im Mitgliederbereich ein und wählen Sie auf dessen Startseite den Menüpunkt „Presseinformationen“. Seit 2008 sind hier kontinuierlich alle aktuell veröffentlichten BRV-Pressemeldungen eingestellt worden.

BRV-Mitglied Südring Autoservice Lange

Wirtschaftspreis für Öko-Technologie



Freuen sich über den Wirtschaftspreis: Die Geschäftsführer von Südring Autoservice Lange, Gerald Fritsche (r.) und Norbert Lange, mit ihren Ehefrauen.



Abbildung: Landkreis Teltow-Fläming

Wirtschaftspreis 2014 des südlich von Berlin gelegenen Landkreises Teltow-Fläming: Bei der Verleihung an Südring gab die Umrüstung von kraftstoff- auf gasgestriebene Kfz-Motoren den Ausschlag.

And the winner is... Südring Autoservice Lange GmbH aus Ludwigfelde! Das Unternehmen von BRV-Vorstandsmitglied Norbert Lange und seinem Kompagnon Gerald Fritsche wurde im Herbst letzten Jahres mit dem regionalen Wirtschaftspreis des Landkreises Teltow-Fläming ausgezeichnet.

Der Jury wurde ihre Entscheidung nicht leicht gemacht, betonte der Leiter des kommunalen Amtes für Wirtschaft und Investitionsmanagement anlässlich der Preisverleihung am 10. Oktober: „Mit 65 Nominierungen und 22 Bewerbungen ist der Wettbewerb zu einer Leistungsschau der kleinen und mittleren Wirtschaft unseres Landkreises geworden. Dabei hätten alle Bewerber auf Grund ihrer hervorragenden Qualität einen Preis verdient, doch am Ende kann es nur einer sein.“

Um überhaupt für den Wirtschaftspreis nominiert zu werden, mussten die Unternehmen Kriterien wie Arbeitsplatzsicherung/-sicherung, Familienfreundlichkeit, innovative Produkte oder soziales Engagement in der Region erfüllen. Bei rund 20 der Bewerber machte die aus Vertretern von Wirtschaft, Kammern, Politik und

Presse besetzte Jury eine Unternehmensbesichtigung, um sich vor Ort ein Bild zu machen. Premio-Partner und BRV-Mitgliedsunternehmen Südring Autoservice überzeugte letztlich unter anderem mit dem Schwerpunkt umweltfreundlicher Technologieangebote bei der Fahrzeugumrüstung. „Unser Ziel ist es, das Auto als Kompromiss dahingehend zu verbessern, dass wir der Umwelt etwas Gutes tun können“, erläuterte Geschäftsführer Gerald Fritsche die Idee, die hinter einem wichtigen Standbein des Unternehmenskonzeptes steht: der Umrüstung von kraftstoffgetriebenen Kfz auf umweltfreundlichere Gasantriebsmotoren.

Ihren „premio Reifen & Autoservice“ hatten Norbert Lange und Gerald Fritsche vor gut 20 Jahren gemeinsam gegründet. Aus der damaligen Doppelgarage ist inzwischen ein moderner Betrieb mit 20 Mitarbeitern, über 2.000 qm Hallenfläche, 3-D-Achsmessanlage und Lkw-Boxen geworden. Frühzeitig beschäftigte sich das Unternehmen mit umweltfreundlichen Alternativen im

Fahrzeubereich; der Nachrüstung von Standheizungen folgte die Umrüstung von Motoren auf Autogas. Jede der inzwischen über 1.600 Umrüstungen verringert den CO₂-Ausstoß des Fahrzeugs um 80 Prozent und verhilft gleichzeitig der eigenen Gastankstelle zu steigenden Umsätzen. Darüber hinaus bietet Südring Autoservice qualifizierte Reifen-Dienstleistungen und den Komplettservice rund ums Auto.

„Wir waren sehr überrascht, denn wir hatten nicht mit dem Preis gerechnet“, sagt Norbert Lange. „Aber wir sind sehr, sehr stolz darauf.“



Premio-Partner Südring Autoservice: Der erst im letzten Jahr durch Anbau vergrößerte Standort Ludwigsfelde. Im Bild rechts unten ist die hauseigene Gastankstelle zu sehen.

Abb.: Südring Autoservice

Reifenhandelskooperation RTC

Neuer Gesellschafter in Zinna und Jessen

Die RTC Reifen-team GmbH & Co KG hat einen neuen Gesellschafter in ihre Kooperation aufgenommen, meldete die RTC-Zentrale Mitte Januar. Das etablierte und moderne Unternehmen Reifen Wagner aus Zinna mit Filiale in Jessen, Spezialist für Reifen, Felgen, Fahrzeugtechnik und Lkw-Pannenservice, präsentiert sich jetzt als RTC-Standort.

„Somit verfügt das Unternehmen als Kooperationsmitglied über zusätzliche Möglichkeiten, den Standort und das Geschäft in den kommenden Jahren weiter zu entwickeln und auszubauen. Und die RTC verstärkt ihre Kooperation durch neue Standorte in der Organisation und kann somit ihr Servicenetz weiter ausbauen“, kommentiert RTC-Geschäftsführer Andreas Nötzel.

Reiff-Gruppe

Neues zu Runderneuerung und Großhandel



Abb.: Reiff Reifen und Autotechnik GmbH

Runderneuerung von Nutzfahrzeugreifen im neuen Bandag-Werk von Reiff: Das abgefahrene Restprofil wird präzise und gürtelnah von der Karkasse entfernt. Durch das Abrauen des Protectors entsteht eine strukturierte Oberfläche als Basis für einen perfekten Verbund mit dem neuen Laufstreifen.

Seit mehr als 40 Jahren betreibt die Reiff-Gruppe bereits eine eigene **Reifen-Runderneuerung** am Firmenstamm-sitz in Reutlingen. Während dort früher Pkw-Reifen der Marke Condor die Kapazitäten auslasteten, liegt der Schwerpunkt seit einigen Jahren klar auf Nutzfahrzeugreifen.

Nach einem halben Jahr Bauzeit eröffnete das Unternehmen Ende 2014 sein neues Bandag-Runderneuerungswerk. Direkt neben dem alten Werk zeigt sich Besuchern jetzt, wie ein Runderneuerungswerk des 21. Jahrhunderts aussieht: Ein hochmoderner Maschinenpark, perfekt aufeinander abgestimmte Prozesse und eine kompromisslose Qualitätssicherung erlauben die Produktion von erstklassigen runderneuertem Nutzfahrzeugreifen.

Mit 20 Mitarbeitern werden hier Reifen für Lkw und Busse im Bandag-Verfahren runderneuert. In Hochzeiten verlassen bis zu 200 Reifen am Tag das Werk. Insgesamt werden 45 unterschiedliche Profile und Produkte produziert, die

alle den hohen Bridgestone-Qualitätsstandards entsprechen. „Mit unserem neuen Runderneuerungswerk haben wir uns optimal für die nächsten Jahrzehnte aufgestellt. Unsere aktuelle Produktion übertrifft sämtliche Standards und ist eine der modernsten in ganz Europa. Vor allem für Nutzfahrzeugreifen gilt: gute runderneuerte Reifen stehen Neureifen qualitativ in nichts nach. Gleichzeitig erhöhen sie die Wirtschaftlichkeit von Fuhrparks signifikant und sind ressourcenschonend“, erklärt Alec Reiff, Geschäftsführer von Reiff Reifen und Autotechnik die Investition in das Runderneuerungswerk. Für Interessierte und Kunden öffnet das neue Werk übrigens gerne die Türen und organisiert Führungen und Besichtigungen. Nähere Informationen dazu auf www.reiff-nfz.de.

Nicht nur hinsichtlich der Runderneuerung gibt es Neues aus der Reiff-Gruppe zu berichten; der Geschäftsbereich **Großhandel** bietet in diesem Jahr gleich zwei Anlässe zum Feiern:

Der 1990 von Mitarbeitern des Unternehmens aus der Taufe gehobene Räder- und Reifengroßhandel **R.TEC** kann heuer auf 25 Jahre erfolgreiche Firmengeschichte – mit allen dazugehörigen Höhen und Tiefen – zurückblicken. Mit Standorten in Bautzen, Chemnitz und Reutlingen sowie dem Tochterunternehmen R.Tec-Hanse Polska in Warschau und Zielona Gora beliefert der Vollsortimenter für Reifen und Felgen heute mehr als 27.000 Kunden in Deutschland, Polen und Tschechien. Im gesamten Jubiläumsjahr 2015 bedankt sich der Großhändler bei seinen Kunden mit vielen Aktionen und Specials für die lange Treue. Aktuelle Informationen zu Aktionen und Firmengeschichte gibt es auf www.rtec.de oder auf facebook.com/rtecreifengrosshandel.

Auch **Hanse Trading Reifenservice** – bedeutendster Reifengroßhändler im Raum Berlin/Brandenburg mit Reifen und Felgen für nahezu alle Fahrzeugarten – feiert 25-jähriges Jubiläum. Das 1990 von „Gummimann“ Klaus-Dieter Richter gegründete Unternehmen wurde 2005 in die Reiff-Gruppe eingebunden, wird seither jedoch weiterhin selbstständig und unabhängig geführt. „Mit dem notwen-

digen Glück zur passenden Zeit, jeder Menge Herzblut, Schweiß und Arbeit, mit verlässlichen Partnern und Mitarbeitern sowie der konsequenten Ausrichtung an unseren Kunden – so hat unser Vater das Unternehmen aufgebaut und zu dem gemacht, was es ist.“, nennen die Brüder Uwe und Michael Richter, die die Unternehmensleitung 2004 vom Vater übernahmen und nach wie vor im Unternehmen arbeiten, die Gründe für den Erfolg. Auch Hanse Trading feiert das Jubiläum mit Mitarbeitern, Kunden und zahlreichen Aktionen, die das ganze Jahr stattfinden. Begonnen wurde mit der Wiederaufnahme des Vertriebs von Pneumant-Reifen, die mittlerweile vom Goodyear-Dunlop-Konzern produziert werden. Die Reiff-Gruppe konnte sich die exklusiven Vermarktungsrechte für



Jubiläen im Reiff-Geschäftsbereich Großhandel: Sowohl R.TEC als auch Hanse Trading feiern dieses Jahr ihren 25. Geburtstag.

Pneumant sichern und führt diese seit kurzem wieder im Sortiment. Damit schließt sich ein Kreis, arbeitete doch vor 1990 Hanse Trading-Gründer Klaus-Dieter Richter noch für Reifenhersteller Pneumant, der damals in Fürstenwalde eine Produktion hatte. Aktuelle Informationen dazu gibt es auf www.hanse-trading-reifenservice.de und facebook.com/hansetrading.

Zitat // Bis zum Jahr 2020 gehen wir in einer sehr konservativen Schätzung davon aus, dass der Anteil des Onlinehandels über 20 Prozent liegen wird. Wesentlich ist dabei jedoch, dass nicht die Höhe des Onlineanteils der Gradmesser ist, sondern vielmehr die Frage wieviel Prozent der stationäre Handel mit Multi-Channel-Strategien umsetzt. Im besten Fall kann im E-Motion-Szenario sogar eine Wachstumssteigerung für den Gesamtmarkt die Folge sein. //

(Boris Hedde, Geschäftsführer des IFH Institut für Handelsforschung an der Universität Köln, unter Bezug auf die aktuelle Studie „Handelsszenario 2020“ seines Instituts)

Anfragen und BRV-Statements

Der BRV als Rat- und Auskunftgeber

Nahezu täglich gehen in der BRV-Geschäftsstelle Anfragen rund um Räder und Reifen ein – von Mitgliedern, aber auch von Verbrauchern und Vertretern der Presse. Hier ist einmal ein Beispiel für eine Presseanfrage zu einem interessanten Thema:

„In den vergangenen zwei Jahren hat sich ja bei den Themen Internet sowie Reifen Einiges getan. Ich hätte einige Fragen an Ihren Verband“, schrieb eine Redakteurin des Flottenfachmagazins „fuhrpark und management“ an den BRV, und weiter:

1. Haben Sie Erhebungen, wie viele Kunden online ihre Reifen kaufen? Was setzen Ihre Mitglieder den Onlinern entgegen?
2. Wird mit RDKS samt den aufwändigeren Montageanforderungen und Beratungsanforderungen wieder mehr im „ana-



„Die vor uns liegenden zwei Jahre werden es zeigen“: BRV-Chef Peter Hülzer in einem Pressestatement zu den Auswirkungen von RDKS.

Im Internet Flagge zeigen

Was soll erreicht werden?	Wie kann es erreicht werden?
<ul style="list-style-type: none"> – Auffindbarkeit des eigenen Betriebes im Netz – Generieren von Kontakten und Hofbesuchen 	<ul style="list-style-type: none"> – Werden Sie im Internet gefunden? Machen Sie den Test: Geben Sie in Google ein: „(Ihr Standort) + Reifen kaufen“ – Sorgen Sie dafür, dass Sie unter den Suchergebnissen auf der ersten Seite sind – Nutzen Sie Werbeanzeigen bei Google (Ad-Words), zumindest während der Umrüstzeit – Schaffen Sie Online-Kontakte: mit einem Kontaktformular auf Ihrer Website oder mit Möglichkeiten zur Online-Terminbuchung – Gehen Sie professionell mit E-Mails um (Antworten Sie immer und zügig = persönliche Antwort innerhalb von 24 Std.) – Online-Kontakte zu Hofbesuchern machen: Machen Sie Termine – Zeigen Sie Reifen- und Servicekompetenz auf Ihrer Website (Zertifikate, absolvierte Schulungen, geführte Marken, Bilder der Mitarbeiter, denn Menschen schaffen Vertrauen)
<div style="background-color: #D9E1F2; padding: 2px 5px; margin-bottom: 5px;">Woran erkennt man, dass man gut ist?</div> <ul style="list-style-type: none"> – Zunahme von Online-Anfragen – Steigerung Neukundengeschäft 	
<div style="background-color: #D9E1F2; padding: 2px 5px; margin-bottom: 5px;">Welche Instrumente gibt es?</div> <ul style="list-style-type: none"> – Suchmaschinenoptimierung (SEO) – Google Anzeigen (Ad-Words) – Test der eigenen Website (Usability Check) – E-Mail Textvorlagen 	

Was setzen BRV-Mitglieder den Online-Reifenhändlern entgegen? Dazu gibt es klare Empfehlungen in der BRV-Studie „Reifenfachhandel 2020 (Pkw)“.

logen“ Fachgeschäft (Reifenhandel/Werkstatt) eingekauft werden? Zumal mit dieser Technik auch der Saison-Reifenwechsel in Eigenregie zur Ausnahme werden dürfte.

3. Werden in Zukunft beide Handelsformen (online, stationär) verschmelzen? (Wie heute schon Zalando und Co. Geschäfte in Städten eröffnen).

Dazu nahm der geschäftsführende BRV-Vorsitzende Peter Hülzer wie folgt Stellung:

zu 1.: Der Distributionsanteil B2C belief sich per 31.12.2013 auf 10,5 Prozent. Für 2014 wird eine Steigerung auf ca. 12 Prozent angenommen.

Bitte entnehmen Sie Informationen zum Kundenverhalten

a. der BRV-/BBE-Studie „Reifenfachhandel 2020 – Pkw-Reifen“ und

b. den GfK-Vortragscharts anlässlich der „E-Commerce-Fachtagung“ des BRV am 11.09.2014.

(Anm. d. T&F-Red.: siehe dazu den Hinweis in der Infobox).

Was setzen die Mitglieder des BRV den Onlinern entgegen? Bitte entnehmen Sie die seitens des BRV dem Handel empfohlenen Optionen dem Kapitel C der Studie „Reifenfachhandel 2020 – Pkw“. Eine relativ große Anzahl unserer Mitglieder ist diesen Empfehlungen bereits gefolgt.

zu 2.: Es ist noch zu früh, diesbezüglich eine belastbare Einschätzung abzugeben. Das Thema „RDKS“ erfuhr zum 01.11.2014 durch die gesetzlichen Vorgaben Bedeutung. Wenn gleich es im zurückliegenden Winterreifengeschäft bereits verhalten Fahrt aufnahm, rechnen wir erst in den nächsten beiden Jahren mit belastbaren Erkenntnissen und Antworten auf die Frage, ob z.B. der Saison-Reifenwechsel in Eigenregie des Kunden zur Ausnahme werden dürfte.

Die Annahme liegt zwar aufgrund der technischen Komplexität des Themas RDKS nahe. Man muss aber sicherlich bedenken, dass eine gegebenenfalls stärkere Tendenz zum Fachhandel kompensiert wird durch eine eventuell größere Sympathie des Verbrauchers zum Ganzjahresreifen, was die Kundenfrequenz reduzieren würde. Ganzjahresreifen könnten zukünftig auch dadurch eine höhere Nachfrage erfahren, dass die zurückliegenden Winter eher milde verlaufen sind.

Aber: Das sind Spekulationen. Die vor uns liegenden zwei Jahre werden es zeigen.

zu 3.: Die Verschmelzung der Handelsformen (online, stationär) sehe ich mittelfristig nicht. Jedenfalls sind mir keine derartigen Überlegungen des Reifenfachhandels bekannt.



Infobox

Die in der Antwort von Herrn Hülzer genannten, weiterführenden Unterlagen finden BRV-Mitglieder hier:

■ **BRV-/BBE-Studie „Reifenfachhandel 2020 – Pkw-Reifen“:**

www.brv-bonn.de > Mitglieder Login > Downloads > Studien > BRV-/BBE-Studie Pkw-Reifen 2020 (Stand: Juni 2013)

■ **GfK-Vortragscharts zur BRV-Fachtagung „E-Commerce“ am 11.09.2014:**

www.brv-bonn.de > Mitglieder Login > Downloads > Sonstiges > BRV-Fachtagung „Die digitale Herausforderung – Was jeder Reifenbetrieb tun muss, um im Internet-Zeitalter Erfolg zu haben“ (Charts 48-85 in der Präsentationsdatei)

Zitat „Dafür, dass gut gearbeitet wird, ist in einer erfolgreichen Firma derjenige verantwortlich, der die Arbeit macht. Sein Vorgesetzter hat dafür zu sorgen, dass er das gerne tut.“

(Peter Hohl, deutscher Schriftsteller, Publizist und Verleger)

BRV-Mitglied Reifen Stiebling

Aktionen mit Profil

„**M**enschen mit Profil!“ Unter diesem Motto standen 2014 die Marketing-Aktionen des Herner Fachhändlers Reifen Stiebling. Den Schlusspunkt setzte die Unterstützung des „Herner Silvesterlaufs“, eine der drei größten Laufveranstaltungen in Nordrhein-Westfalen am letzten Tag eines jeden Jahres. Begleitet von einem Stiebling E-Mobil und angefeuert von über 1.000 Zuschauern überquerte der Kieler Steffen Uliczka, Deutscher Meister über die 3.000 Meter Hindernisstrecke, als Sieger die Ziellinie im Herner Revierpark Gysenberg.

Christian Stiebling, Geschäftsführer des Unternehmens mit zwölf Betrieben in NRW, ließ es sich nicht nehmen, selbst an der morastigen 10-km-Strecke zu stehen, um die Läuferinnen und Läufer anzufeuern: „Hier war gutes Profil gefragt. Das war ein echter Kracher vor dem Silvesterabend und für uns der gelungene Abschluss eines erfolgreichen Jahres. Unser Konzept hat voll ins Schwarze getroffen, denn wir sind, nicht nur heute, mit unseren etwa 50 Werbemaßnahmen auf die Menschen zugegangen. Diese Menschen haben Profil gezeigt und wir als Fachhandel ebenfalls, um uns im Wettbewerb mit dem profillosen Internet-Geschäft vor Ort deutlich zu präsentieren und zu positionieren.“

Und die „Aktionen mit Profil“ gehen weiter: Rollte schon 2014, nicht nur dank des „Stiebling Public Viewings“ zur WM in Brasilien, der Fußball im Marketing-Konzept ganz nach vorne, gehört auch der Anpfiff für 2015 dem runden Leder. Kurz vor dem Anpfiff der Rückrunde in der Fußball-Bundesliga hat Reifen Stiebling Mitte Januar seine Großkunden zu einem Bundesliga-Talk eingeladen. Das Unternehmen hatte mit



Herner Silvesterlauf 2014, sponsored by Reifen Stiebling: Hier läuft der spätere Sieger Steffen Uliczka.

Abb.: Steffen Kuhn/Reifen Stiebling



Abb.: JBE/Reifen Stiebling

Diskutierten auf Einladung von Reifen Stiebling über Fußball im Allgemeinen und das Reporterleben im Besonderen: Schiedsrichter Thorsten KINHÖFER (re.) und Kult-Reporter Werner HANSCH (li.).

Kult-Moderator Werner Hansch und Bundesliga-Schiedsrichter Thorsten KINHÖFER zwei fußballerische Größen zum „Doppelpass am Mikrofon“ eingeladen. Beim mittlerweile dritten Stiebling-Talk in einem In-Lokal in Gelsenkirchen-Buer – bisherige Gäste waren Peter Neururer und Christoph Metzelder – sprach KINHÖFER über zwei Stunden mit dem 76-jährigen Werner Hansch über sein Leben und den Fußballsport. Der Talk in Gelsenkirchen ist nur ein Baustein in der Marketing-Strategie des Herner Reifen-Unternehmens, die „konsequent auf das Thema Fußball setzt“, so Christian Stiebling. Weitere Mosaiksteine sind enge Kooperation mit dem Stiebling-Partner Christoph Metzelder, Fußball-Schulen und -Camps in Herne und Haltern sowie das Sponsoring von Trikots für Jugendmannschaften.

Editorial

Der Reifenhandel braucht 2015 dringend kreative Umsetzungen

Sehr geehrte Reifenspezialisten, für den Reifenhandel war es ein aufregendes, aber auch schwieriges Jahr 2014. Das Jahr stand zu einem Gutteil ganz im Zeichen des Reifendruck-Kontrollsystems (RDKS). Der VRÖ (Verband der Reifenspezialisten Österreichs) hat hier ausgezeichnete Vorarbeit geleistet, besonders im Hinblick auf die Aufklärungsarbeit für Kunden und durch Schulungen und Vorträge für unsere Reifenspezialisten. So war es den Reifenspezialisten möglich, im Jahr 2014 das Thema RDKS selbstbewusst zu meistern. Hier aber endet die Arbeit für den VRÖ, für die Reifenspezialisten jedoch noch nicht. Wir müssen am Ball bleiben, wir müssen uns den Aufgaben stellen und beweisen, dass wir, die Reifenspezialisten, die richtige Anlaufstelle für das Thema RDKS sind. Nicht nur durch das Thema RDKS ist der Reifenhandel gefordert, seine Strukturen und seine Geschäftspolitik zu überdenken. Letztendlich stellt sich die Gretchenfrage: Wie kann wieder Geld verdient werden? Dafür hat es, gerade für Reifenspezialisten, noch nie ein Patentrezept gegeben.

Um also nochmals auf die geforderte Kreativität zurück zu kommen: Stellen wir uns nicht die Frage, was wir falsch gemacht haben, sondern wie wir es besser machen können. Es hilft nicht, über Entwicklungen, die sich nicht aufhalten lassen, zu jammern. Jeder Einzelne muss umdenken und reagieren. Was wir dann gemeinsam umsetzen wollen, dafür

steht der VRÖ bereit. Um es auf den Punkt zu bringen, müssen wir uns fragen, was denn eigentlich der Kunde erwartet. In Zukunft wird nur der Reifenspezialist erfolgreich sein, der zu 100 % die Bedürfnisse des Kunden kennt und darauf eingeht. In vielen anderen Branchen wird bereits darauf gesetzt, dem Kunden die höchstmögliche Bequemlichkeit zu bieten. Daraus resultiert auch die geforderte Kreativität für den Reifenhandel, meint Ihr



Obmann des VRÖ – Verband der Reifenspezialisten Österreichs.

James Tennant
Obmann VRÖ – Verband der Reifenspezialisten Österreichs

Wahljahr

Generalversammlung

Anlässlich der „AutoZum“, der AutoZubehörfachmesse in Salzburg (Österreich), fand im Jänner die 31. Generalversammlung des VRÖ (Verband der Reifenspezialisten Österreichs) im Salzburger Messzentrum statt. Nach Feststellung der Beschlussfähigkeit informierte die Generalsekretärin Renate Oker Müller im Namen des Vorstandes über die Tätigkeiten der Jahre 2013/2014. Schwerpunkte der Generalversammlung

waren die Wahl der Vorstandsmitglieder und ein Ausblick auf das aktuelle Jahr 2015. Der Wahlvorschlag wurde einstimmig angenommen:

James Tennant/VRÖ Obmann, Peter Wondraschek/VRÖ Obmann Stellvertreter, Herbert Wadel/VRÖ Schriftführer, Roland Dorfner/VRÖ Kassier.



James Tennant, VRÖ Obmann.



Peter Wondraschek,
VRÖ Obmann Stellvertreter.



Herbert Wadel, VRÖ Schriftführer.



Roland Dorfner, VRÖ Kassier.

AutoZum 2015 mit ReifenFORUM

Geballte Kompetenz



Referenten auf dem ReifenFORUM: Dipl.-Ing. Sebastian Grimm, Bridgestone,...



... Norbert Allgäuer, Piorelli, ...



... und Ing. Andreas Kropf, Goodyear Dunlop.

Vom 21. bis 24. Jänner 2015 fand die AutoZum in Salzburg (Österreich) statt. Seit mittlerweile 40 Jahren fungiert die „AutoZum“, die internationale Fachmesse für Autowerkstatt- und Tankstellenausstattung, Kfz-Ersatzteile und Zubehör, chemische Erzeugnisse und Umwelttechnik, als führende Plattform für automotiv Produkte und als Treffpunkt der After-Sales-Branchen.

ReifenFORUM: Eine runde Sache

Eine wichtige Säule der „AutoZum“ bildet seit langem der Reifensektor. Diesmal war die Reifenbranche mit ihren bekannten Marken über Händlerbetriebe und auch direkt im ReifenFORUM präsent. Die heimische Reifenindustrie demonstrierte ihre Stärke und bildete eine Informations-, Kommunikations- und Neuheitenplattform. Dem Thema Reifen wird dadurch ein höherer Stellenwert verliehen. „Das ReifenFORUM war ein einzigartiges Kompetenz-Zentrum für den gesamten Bereich Reifen und wurde in enger, konstruktiver Zusammenarbeit und tatkräftiger Kooperation mit dem VRÖ (Verband der Reifenspezialisten Österreichs) entwickelt“, erklärte „AutoZum“-Messeleiter Ing. Andreas Wetzter. Interessante Rahmenvorträge rundeten das umfangreiche Informationsangebot ab.

Freuten sich über die gelungene Zusammenarbeit: (v.l.n.r.): Ing. Andres Wetzter (Reed Messe) mit VRÖ Managerin Renate Okermüller und DI Matthias Limbeck (GF Reed Exhibitions Messe Wien).



James Tennant (Obmann VRÖ): „In enger Zusammenarbeit mit Reifenherstellern, Reed Messe Salzburg und dem Verband der Reifenspezialisten Österreichs (VRÖ) ist es gelungen dieses ReifenFORUM ins Leben zu rufen. Das ist ein weiterer wichtiger Baustein um das High Tech Produkt Reifen ins rechte Licht zu rücken.“

Rahmenprogramm im ReifenFORUM:

- **Bridgestone**/Dipl. Ing. Sebastian Grimm:
Die Entwicklung der ologic Reifen für den BMW I3
- **Pirelli**/Norbert Allgäuer:
OE-Markierung – Die ideale Hilfe beim Reifenverkauf
- **Goodyear Dunlop**/Ing. Andreas Kropf:
Moderne Reifentechnologien bieten Sicherheit und Komfort, Top Label-Performance Sommer 2015.

Perspektiven

Volles Haus beim VRÖ Reifentag

Dem Motto „Perspektiven!“ gemäß beschäftigten sich die hochkarätigen Referenten des diesjährigen VRÖ-Reifentages mit wesentlichen Fragen und Zukunftsfragen.

RDKS – Gemäß EU-Verordnung 661/2009 müssen seit 01. November 2012 alle neu typengenehmigten Fahrzeuge der Klasse M1 (Fahrzeuge zur Personenbeförderung mit höchstens acht Sitzplätzen außer dem Fahrersitz – Pkw und Wohnmobile) in der Erstausrüstung mit einem Luftdruck-Kontrollsystem (RDKS) nach ECE-R 64 ausgestattet sein. Seit 01. November 2014 gilt dies generell für die Erstausrüstung.

Doch wie schaut es mit der Haftung aus? Dr. Norbert Gugerbauer nahm zu Haftungsfragen wie folgt Stellung:

Die wesentlichen Haftungsfragen in Bezug auf RDKS sind die Deaktivierung des RDKS, die Verwaltungsstrafen und die zivilrechtliche Haftung. Beim Auftrag zum Reifenwechsel kommt mit dem Reifenhändler ein Werkvertrag zustande. Bei einer Beschädigung des RDKS beim Reifenwechsel durch den Reifenhändler muss der Reifenhändler im Rahmen der Gewährleistung für den Schaden aufkommen.

Wird der Schaden nicht schon beim Reifenhändler erkannt, haftet der Reifenhändler auch für eventuelle Folgeschäden wie z.B. Unfall. Wesentlich ist, dass generell die Beweislastumkehr zugunsten des Kunden gilt.

Bei der Einlagerung der Reifen entsteht ein Verwahrungsauftrag und damit eine Obsorge Pflicht für den Reifenhandel. Speziell für den Zustand der Batterien des RDKS gibt es keinen Haftungsausschluss. Die offenen Fragen zum Thema RDKS sind noch die Reaktionen der Versicherungen und die Regelungen in der §57a Überprüfung, da derzeit ein Mangel am RDKS noch als leichter Mangel eingestuft wird.

Martin Faißt vom Marktforschungsinstitut GfK informierte u.a. über das Konsumklima in Deutschland, sowie über die Bestandszahlen PKW/Kombi in Österreich und die Neuzulassungen PKW/Kombi in Deutschland und Österreich. Für das Reifengeschäft 2014 wurden folgende Zahlen präsentiert. Beim Sommerreifengeschäft 2014 PKW/Kombi, 4x4 und leichte Transporter gab es ein Plus von 9%. Beim Winterreifengeschäft im gleichen Segment einen Rückgang von 15% jeweils zum Vorjahr. Unverändert blieb der Ganzjahresreifen bei einem Anteil von 1%. Bei den PKW/Kombi, 4x4 und leichten Transportern wurden im Zeitraum Jänner 2014 bis November 2014 6% weniger Stückzahlen Premium Marken, 17% weniger Medium Marken und 6% mehr Budget Marken verkauft. In Summe ergibt das einen Rückgang der Stückzahlen um 8,9% im Vergleich zu 2013. Zur Auflockerung wurde auch der größte Reifenproduzent der Welt auf einem Chart präsentiert: Spielzeughersteller Lego, mit 381 Millionen Reifen in den Dimensionen 0,5 bis 4,2 Zoll.

Klaus Christian Schramm von Goodyear/Dunlop präsentierte zum Thema: Moderne Reifentechnologien bieten Sicherheit und Komfort. RunOnFlat Reifen erreichten folgende Zuwachsraten in den letzten Jahren: 2013 + 10%, 2014 + 20% und die Schätzung für 2014 liegt bei + 7%.

Bei den EU-Labelwerten wurde die Entwicklung in Richtung der Labelwerte A bei Kraftstoff und A bei Nassgriff der Marken Dunlop und Goodyear dargestellt.

Peter Hülzer, geschäftsführender Vorsitzender des BRV, gab einen Überblick über die aktuelle Situation des Reifenhandels in Deutschland. 2014 war so wie schon die Vorjahre ein schwieriges Jahr. Folgende Einschätzungen für 2014 im Reifenhandel können getroffen werden. Sommerreifen inkl. Ganzjahresreifen + 3%, Winterreifen – 14,5% und LKW Reifen + 1%. Bei der Umsatz- und Ertragsentwicklung wird das Jahr 2014 leicht bis deutlich unter dem Jahr 2013 liegen. Eine zweifelsohne dramatische Entwicklung, die unsere Branche erheblich negativ tangiert.

Bei den Umsatzrenditen in Deutschland wie auch in Österreich gibt es ebenfalls eine dramatische Entwicklung. Diese Veränderung der Umsatzrendite und die unterschiedlichen Entwicklungsprozesse der Automobilindustrie müssen beim Reifenhandel dazu führen, dass die Geschäftsmodelle überdacht und neu ausgerichtet werden. Es werden neue Geschäftsfelder in der Mobilitätslandschaft entstehen, die uns anregen zumindest darüber nachzudenken, ob das neue Geschäftsmodell „Zukunft“ für den Reifenfachhandel ein Geschäftsmodell „Mobilitätsdienstleister“ sein könnte.

Erfahrungen in der Vergangenheit zeigen, dass die meisten Strategien bezüglich der Modifikation des existenten Geschäftsmodells daran scheitern, dass sich Unternehmen zu weit von ihrem Kerngeschäft entfernen. Insofern muss darauf geachtet werden, dass Behutsamkeit bei der Einführung neuer Produkte und Services im Reifenhandel oberstes Gebot ist.



Dr. Norbert Gugerbauer.



Martin Faißt, GfK.



Claus-Christian Schramm (Goodyear/Dunlop Österreich).



Peter Hülzer (BRV).



Peter Wondraschek, James Tennant, Herbert Wadel und Renate Okermüller (VRÖ).

And the winner is...

„Golden Globe Awards“ der Reifenbranche

Im Zweijahresrhythmus werden vom VRÖ (Verband der Reifenspezialisten Österreichs) die VRÖ Awards an die Reifenhersteller vergeben.

Stimmberechtigt sind alle VRÖ Mitglieder. Bewertet werden unter anderem die Qualität der Produkte, die Verkaufsmannschaft und die Preispolitik wie auch die Lieferfähigkeit aller Reifendimensionen. Heuer gratulierte VRÖ Obmann James Tennant Ing. Günther Riepl (Falken, Director Austria, Swiss and Eastern Europe) zum VRÖ Award in Gold für Falken Reifen in der Gruppe PKW-Reifen. Thomas Körpert (GF Apollo Vredestein) und Harald Kilzer (Vertriebsleitung Apollo Vredestein) freuten sich über Silber für Vredestein in der Kategorie PKW-Reifen. Bronze ging an Semperit-GF Dr. Andrea Appel für die Marke Continental in der Gruppe PKW-Reifen.

In der Kategorie LKW-Reifen freuten sich Helmut Perner (Goodyear Dunlop) und Arthur Summer (Goodyear Dunlop) über Gold für Dunlop, Silber für Goodyear und Bronze für Fulda.



Strahlende Preisträger in der Kategorie PKW-Reifen (v.l.n.r.): Peter Wondraschek (Vorstand VRÖ), Harald Kilzer und Thomas Körpert (Apollo Vredestein), Ing. Günther Riepl (Falken), Dr. Andrea Appel (Semperit, Continental), James Tennant (Obmann VRÖ).



Die Abräumer des Tages in der Kategorie LKW-Reifen (v.l.n.r.): Peter Wondraschek (VRÖ Vorstand), Arthur Summer und Helmut Perner, MBA (Goodyear Dunlop), James Tennant (VRÖ Obmann).

Gewinner der VRÖ Awards 2015

Kategorie PKW Reifen:

- 1. Platz Gold: Falken
- 2. Platz Silber: Vredestein
- 3. Platz Bronze: Continental

Kategorie LKW Reifen:

- 1. Platz Gold: Dunlop
- 2. Platz Silber: Goodyear
- 3. Platz Bronze: Fulda

Alles Walzer

Für den guten Zweck



Begrüßte die Gäste des Wiener Rotkreuzballs: Claus-Christian Schramm (GF Goodyear Dunlop Tires Austria).

Goodyear unterstützte als Hauptsponsor den Wiener Rotkreuzball. Das Wiener Rathaus diente bereits zum vierten Mal als würdiger Rahmen für die Veranstaltung, deren Erlöse Kinderhilfsprojekten des Roten Kreuzes zu Gute kommen. Unter der Devise „In 80 Bällen um die Welt“ lautete das diesjährige Motto des Balls „Wien grüßt New York“.

„Der Zusammenhang zwischen diesem Ball und unserem Engagement liegt auf der Hand“, erklärte Claus-Christian Schramm, Geschäftsführer Goodyear Dunlop Tires Austria, bei der Begrüßung der Ballgäste. „Charles Goodyear, Erfinder der Vulkanisation und Namensge-

ber des amerikanischen Reifenherstellers, wurde am 26. April 1804 in New York geboren. So wie beim Roten Kreuz stand Sicherheit bei Goodyear von je her an erster Stelle – heute nicht nur auf der Straße, sondern auch für die Umwelt und die Gesellschaft.“



Tradition trifft Moderne – Cheerleader-Vorführung bei der Eröffnung des Balls.

Kundenbindung

Gut gerüstet für den Sommer



Gratulation: v.l.n.r. Dr. Denis Marschel (Leitung Marketing Services Semperit Österreich), Ferdinand Spatzierer (Gewinner), GF Hermann Hladky (Sigwald GmbH).

Die Überraschung war groß, als Ferdinand Spatzierer plötzlich von Firma Sigwald zum Fototermin gebeten wurde. Was gibt es Schöneres als Gewinner zu sein und ein nützliches Geschenk zu bekommen? Über einen Satz Continental Sommerreifen freute sich der glückliche Gewinner Ferdinand Spatzierer. Er hat beim großen Sigwald Leistungsschau-Gewinnspiel mitgemacht und den Hauptpreis gewonnen.

Sigwald ist KFZ-Dienstleister und Fullservicebetrieb für alle Marken im Süden von Wien. Dr. Denis Marschel (Leitung Marketing Services Semperit Österreich) und Sigwald-GF Hermann Hladky gratulierten dem glücklichen Gewinner.

GF Hermann Hladky: „Fullservice bedeutet für uns aber auch, immer am letzten Stand der

Technik und der Ausbildung von Mitarbeitern zu sein. Firstclass-Service ist unser Anspruch seit 94 Jahren. Dieser hohe Anspruch an uns selbst und die damit entstandene Qualität unserer Arbeit hat unser Privatunternehmen auf gesunde Beine gestellt und wird von unseren Stammkunden so geschätzt, dass eine ungewöhnlich große Anzahl von Familien seit Generationen unserem Unternehmen die Treue halten. Das macht uns stolz und ist für uns auch eine Verpflichtung für die Zukunft“.

Anzeige

Your TYRES
Since 1917



www.yokohama.de

Eine starke Marke mit starken Produkten

Namhafte Fahrzeughersteller vertrauen bereits in der Erstausrüstung auf unsere Reifen. YOKOHAMA Reifen bringen die Performance, die Sie erwarten dürfen. Verlässliche Sicherheit – in jeder Situation.

30.04. – 03.05.2015



Internationale Messe
für Auto-Tuning, Lifestyle
und Club-Szene

YOKOHAMA –
Technologiepartner von



YOKOHAMA –
offizieller Fußballsponsor



ADVAN Sport V105

ADVAN NEOVA AD08R



NEU

Bundesverfassungsgericht

Urteil zur Erbschaft- und Schenkungsteuer: grundsätzlich positiv

In einem lang erwarteten Urteil vom 17. Dezember 2014 hat das Bundesverfassungsgericht über die Verfassungsmäßigkeit der bisherigen Besteuerung von Betriebsvermögen mit Erbschaft- und Schenkungsteuer entschieden. Danach sind die Verschonungsregelungen der § 13a und § 13b ErbStG für Betriebsvermögen, Betriebe der Land- und Forstwirtschaft und Anteile an Kapitalgesellschaften jeweils in Verbindung mit § 19 Absatz 1 ErbStG nicht mit Artikel 3 Absatz 1 des Grundgesetzes vereinbar. Gleichzeitig haben die Bundesverfassungsrichter aber deren weitere Anwendung bis zu einer Neuregelung angeordnet und den Gesetzgeber verpflichtet, eine Neuregelung spätestens bis zum 30. Juni 2016 zu treffen.

„Die Bundesregierung begrüßt die jetzt geschaffene Rechtsklarheit“, so kommentierte der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesfinanzminister, Dr. Michael Meister, das Urteil. „Das Bundesverfassungsgericht hat die steuerliche Begünstigung des Übergangs von Betriebsvermögen wegen der damit geschützten Arbeitsplätze an sich als mit dem Grundgesetz vereinbar angesehen und lediglich einzelne Aspekte der geltenden Regelungen beanstandet. Nach sorgfältiger Prüfung der schriftlichen Urteilsgründe wird der Gesetzgeber über eine notwendige Neuregelung entscheiden.“

Auch Hans Peter Wollseifer, Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH), bewertet das Urteil positiv: „Betriebsvermögen von kleinen und mittleren Betrieben, die in personaler Verantwortung geführt werden, dürfen im Erbfall verschont werden. Die Politik muss bei der weiteren Reform der Erbschaftssteuer diesen Grundsatz berücksichtigen. Das ist nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichtes die gute Nachricht für kleine und mittlere Unternehmen.“

In seiner Pressemitteilung zu dem Gerichtsentscheid teilte das Bundesministerium der Finanzen mit, dass die Erbschaft- und Schenkungsteuerbescheide bis zur gesetzlichen Neuregelung weiterhin vorläufig ergehen werden. Den Rechtsexperten des ZDH zufolge lassen sich damit aus verfahrensrechtlicher Sicht die folgenden drei Fallgestaltungen unterscheiden:

- Erbfall oder Schenkung erfolgte vor Urteilsverkündung und der Steuerbescheid liegt bereits vor:
Eine nachträgliche Änderung/Aufhebung des Steuerbescheides zu Ungunsten des Steuerpflichtigen ist nicht mehr möglich. Dies gilt unabhängig davon, ob der Steuerbescheid unter einem Vorläufigkeitsvermerk (§§ 165, 164 AO) steht. In diesen Fällen kann ein Antrag auf Endgültigkeitserklärung gemäß § 165 Abs. 2 Satz 4 AO beim Finanzamt gestellt werden.
- Erbfall oder Schenkung erfolgte vor Urteilsverkündung und der Steuerbescheid liegt noch nicht vor:
Die Festsetzung der Steuer wird auf Grundlage des aktuellen, fortgeltenden Rechts bis zur Neuregelung erfolgen. Eine spätere Änderung zu Ungunsten dürfte dann wegen einer unzulässigen echten Rückwirkung verfassungswidrig sein, da der Entstehungszeitpunkt für die Steuer vor der Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes lag.
- Erbfall oder Schenkung erfolgte nach Urteilsverkündung:
Die Festsetzung der Steuer wird auf Grundlage des aktuellen, fortgeltenden Rechts bis zur Neuregelung erfolgen. Bei einer Festsetzung unter Vorläufigkeit könnte gegebenenfalls eine spätere Änderung des Rechts zu Lasten berücksichtigt werden. Dies liegt darin begründet, dass das Bundesverfassungsgericht in seiner Entscheidung den Vertrauensschutz trotz der Fortgeltungsanordnung in Fällen verneint, in denen eine exzessive Ausnutzung der gleichheitswidrigen §§ 13a und 13b ErbStG erfolgt. „Aktuell ist noch unklar, wann eine exzessive Ausnutzung im Sinne dieser Rechtsprechung vorliegt.“, schreibt der ZDH in seiner ersten Kurzeinschätzung des Urteils vom 18. Dezember 2014. „Ferner bleibt abzuwarten, ob die Politik eine rückwirkende verschärfende Regelung erlassen wird. Aufgrund dieser unklaren Situationen sind Betriebsübergaben im Wege der vorweggenommenen Erbfolge aktuell aus unserer Sicht nicht empfehlenswert.“

Mindestlohngesetz

Was muss man als Unternehmer beachten?

Ob nun von den einen befürchtet oder den anderen begrüßt: Seit dem 01.01.2015 gibt es in Deutschland erstmals einen bundeseinheitlichen gesetzlichen Mindestlohn in Höhe von 8,50 EUR brutto pro Arbeitsstunde. Damit schafft das Mindestlohngesetz eine absolute Untergrenze beim Einkommen. Der Anspruch auf den Mindestlohn ist unabdingbar (§ 3 Mindestlohngesetz, kurz: MiLoG), d.h. er darf durch Vereinbarung weder unterschritten noch ausgeschlossen werden.

Grundsätzlich findet das Mindestlohngesetz auf alle Arbeitnehmer ab dem 18. Lebensjahr Anwendung, die im Bundesgebiet beschäftigt werden (§ 22 Abs. 1 S. 1 MiLoG). Es kommt nicht darauf an, in welchem Umfang jemand beschäftigt ist. Auch Teilzeitbeschäftigte und Mini-Jobber haben somit einen Anspruch auf Mindestlohn.

§ 1 Abs. 1 MiLoG schreibt den Mindestlohn als Stundenlohn von 8,50 EUR vor. Welche Vergütungsbestandteile bei der Berechnung des Stundenlohns einzubeziehen sind, regelt das Gesetz hingegen nicht. Diese Frage hat aber für die betriebliche Praxis erhebliche Relevanz, ebenso wie beispielsweise die Frage, wie im Hinblick auf Arbeitszeitkonten das Mindestlohngesetz praktisch zu handhaben ist.

Dafür bringt das neue Gesetz umfangreiche Pflichten für Arbeitgeber mit sich, die deutliche Kritik diverser Arbeitgeberverbände ausgelöst haben. „Angst vor einer unverhältnismäßigen Aufzeichnungsbürokratie“ herrsche im Handwerk, meldete zum Beispiel der ZDH, Zentralverband des Deutschen Handwerks, kurz vor Einführung des Mindestlohns. Grund seien die praxisfernen Regelungen zur Kontrolle der Einhaltung des Mindestlohns. „Tausende Betriebe und hunderttausende gut verdienende Beschäftigte werden damit unnötig gegängelt“, kritisiert ZDH-Generalsekretär Holger Schwannecke.

Nichtsdestotrotz: Das Gesetz ist in Kraft und Arbeitgeber sollten sich damit auseinandersetzen, denn Verstöße können mit Bußgeldern von bis zu 500.000 Euro geahndet werden. Der BRV hat deshalb aktuell eine Unterlage aufgelegt, die die Regelungen des Mindestlohngesetzes und deren Konsequenzen für die Praxis detailliert darstellt. Die Inhalte umfassen folgende Themen:

- Anwendungsbereich: Wer hat Anspruch auf den Mindestlohn?
- Was gehört zum Mindestlohn dazu?
- Mindestlohn und Bereitschaftsdienst
- Problem: Arbeitszeitkonten
- Problem: Auftraggeberhaftung nach § 13 MiLoG
- Dokumentationspflicht nach § 17 MiLoG
- Problem: geringfügig Beschäftigte („Mini-Jobber“)
- Was droht bei Nichtbeachtung des MiLoG?
- Ausschluss- und Verfallfristen
- Links zu weiterführenden Informationen zum Mindestlohngesetz

Die Unterlage steht im passwortgeschützten Mitgliederbereich der Website www.brv-bonn.de unter dem Menüpfad Mitglieder Login > Downloads > Arbeitsrecht/Personal zum Download bereit – nutzen Sie die Möglichkeit und informieren Sie sich!



Abb.: Rainer Aschenbrenner/pxfoto.de

Der Mindestlohn ist Gesetz – jetzt gilt es für Arbeitgeber, sich mit den Konsequenzen für die Praxis auseinanderzusetzen.

Gewährleistung

Ausschluss möglich bei „Fremd“-Reifen?



Abb.: Sigrtd. Rossmann/pixelio.de

Wichtige Frage in Zeiten zunehmenden Online-Kaufs: Kann man, zum Beispiel durch einen Rechnungsaufdruck, die Gewährleistung ausschließen, wenn Kunden Reifen zur Montage selbst mitbringen?

Berichte von Reifenfachhändlern nehmen zu, wonach die Zahl der Kunden steige, die Reifen in einem B2C-Portal kaufen und diese dann vom stationären Handel montiert haben möchten. Kein Wunder, denn der per 31.12.2013 festgestellte Distributionsanteil von B2C (10,5 Prozent) wird ersten Hochrechnungen zufolge per 31.12. letzten Jahres 12,0 Prozent betragen.

Aber nicht nur der B2C-Distributionsanteil wächst. Auch die Zahl der aus der Montage der von Kunden angelieferten Reifen resultierenden Reklamationen nimmt angeblich stetig

zu. Häufig sähe der Kunde den Reklamationsgrund nicht im Produkt Reifen, sondern in der vom Reifenfachhandel erbrachten Dienstleistung, die nach Verbrauchermeinung nicht ordnungsgemäß erbracht worden sei.

Seitens des Reifenfachhandels gab es nun Überlegungen, zum Beispiel durch einen Rechnungsaufdruck die Gewährleistung für vom Kunden mitgebrachte Reifen und die Dienstleistung generell auszuschließen.

Aber: Ist das denn, insbesondere bezüglich des Ausschlusses der Gewährleistung für die Dienstleistung, juristisch zulässig?

Die Antwort von BRV-Justiziar Dr. Wiemann auf diese Frage lautet wie folgt:

„Generelle(r) Gewährleistungsausschluss bzw. -beschränkung für die erbrachte Dienstleistung ist im Umgang mit Privatkunden (Verbrauchern) nach § 309 Ziffer 8b (aa) nicht zulässig. Die gewährleistungsrechtlichen Bestimmungen gelten nach ganz einhelliger Rechtsauffassung auch für den Umgang mit gewerblichen Kunden (Unternehmern).

Dagegen ist ein vollständiger Gewährleistungsausschluss möglich bei vom Kunden mitgebrachten Reifen oder solchen, die nicht unmittelbar beim Unternehmen selbst gekauft wurden.“

Hinweis: Wer die AGB-Empfehlung des BRV nutzt, ist diesbezüglich auf der sicheren Seite. Denn ihrzufolge wird ausdrücklich nur für Sachmängel an vom Reifenfachhandel gelieferten Reifen haftet.

Verstöße gegen die Winterreifenpflicht

Polizei fordert höhere Strafen

Anfang Februar ging es durch die Tagespresse: „Polizei-Gewerkschaft fordert höhere Strafen für Winterreifen-Muffel“, so titelte z.B. die Rheinische Post am 03.02.. Nachdem der späte Wintereinbruch in Nordrhein-Westfalen in den Tagen zuvor zu langen Staus und tödlichen Unfällen geführt hatte, habe die Gewerkschaft der Polizei (GdP) härtere Strafen bei einem Verstoß gegen die situative Winterreifenpflicht gefordert. „Das Bußgeld sollte mindestens auf 250 Euro erhöht werden“, zitierte die in Düsseldorf erscheinende Tageszeitung den GdP-Landeschef von NRW, Arnold Plickert. Zudem sollte

es dafür mehr Punkte als bisher in der Flensburger Verkehrs-sünderdatei geben; Lkw ohne Winterreifen sollten bei winterlichen Witterungsverhältnissen aus dem Verkehr gezogen werden. Laut aktuellem Bußgeldkatalog werden Verstöße mit wenigstens 60 Euro und einem Punkt im Verkehrszentralregister geahndet.

„Die derzeitigen Bußgelder schrecken niemanden ab“, zitierte die Neue Reifenzeitung in ihrer Online-Ausgabe vom 4. Februar auch den Sprecher der Landespolizeigewerkschaft Bayern, Peter Schall.

Bürokratieabbau

Der Mittelstand soll entlastet werden

Nachdem die Bundesregierung im Frühjahr vergangenen Jahres ein Arbeitsprogramm zur besseren Rechtsetzung verabschiedet hatte, hat das Bundeskabinett im Dezember 2014 nun 21 konkrete Maßnahmen zur bürokratischen Entlastung der mittelständischen Wirtschaft beschlossen. Das berichtete der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) in einem Rundschreiben an seine Mitglieder. Der Katalog, der auf eine Initiative des Bundeswirtschaftsministeriums zurückgeht, umfasst insgesamt 21 Vorschläge und stützt sich weitestgehend auf Forderungen der Wirtschaft.

Mit dem Kabinettsbeschluss intensiviert die Bundesregierung ihre Bemühungen zum weiteren Abbau von bestehender Bürokratie und zur Verbesserung der Rechtsetzung. Im Zusammenhang mit Maßnahmen für eine bessere Rechtsetzung verfolgt die Bundesregierung einen neuen Ansatz. Nach dem aus England und Frankreich bereits erprobten „one-in one-out“-Prinzip muss für jede neue legislative Maßnahme eine entlastende Gegenmaßnahme ergriffen werden. Wie dieser Grundsatz im Einzelnen ausgestaltet werden soll, steht gegenwärtig nicht fest. Sollte dieses Prinzip jedoch konsequent in den Gesetzgebungsprozess eingeführt werden, erhöht dies den Druck auf den Gesetzgeber zur Wahrung einer bürokratiearmen Rechtsetzung.

Auch die übrigen Vorschläge des Arbeitsprogramms gehen aus Sicht des Handwerks in eine richtige Richtung. Dazu gehören z.B. folgende Maßnahmen:

- Anhebung der Grenzwerte für Buchführungs- und Aufzeichnungspflichten,
- Ersatz von unterschiedlichen Arbeitgeberbescheinigungen durch standardisierte Entgeltbescheinigungen,

- Aufbau und Betrieb eines Informationsportals für die sozialversicherungsrechtlichen Meldepflichten von Arbeitgebern.

Insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) wäre mit konsequenter Umsetzung dieser und anderer geplanter Maßnahmen eine bürokratische Entlastung verbunden. In puncto Meldepflichten schränkt der ZDH allerdings ein: „Die Maßnahme zielt in die richtige Richtung. Weitaus effektiver wäre es jedoch, nicht nur gebündelt über die vielfältigen Meldepflichten für die Unternehmen zu informieren, sondern die Meldepflichten per se erheblich zu reduzieren.“

Als bedauerlich bezeichnet der Handwerks-Dachverband zudem, dass ursprünglich vorgesehene Maßnahmen mit großen Entlastungspotenzialen – wie etwa die Verkürzung der Aufbewahrungsfristen – sich nicht in der vom Kabinett beschlossenen Fassung wiederfinden.

Infobox



Das Eckpunktepapier mit allen geplanten Maßnahmen zum Bürokratieabbau sowie eine ausführliche Bewertung des Maßnahmenkatalogs durch den ZDH finden interessierte BRV-Mitglieder im passwortgeschützten Mitgliederbereich der Website www.brw-bonn.de unter dem Menüpfad *Unternehmer > Mitglieder Login > Archiv Trends & Facts > Aktuelle Informationen zum Abruf aus Trends & Facts > Nr. 1, 2015.*



Abb.: Bernd Kasper/pixelto.de

Kleiner Fortschritt in Sachen Bürokratieabbau: Das Bundeskabinett hat im Dezember letzten Jahres 21 konkrete Maßnahmen zur bürokratischen Entlastung der mittelständischen Wirtschaft beschlossen.

Betriebsveranstaltungen

Jetzt gelten neue Besteuerungsvorschriften

Der Bundesrat hat Ende 2014 dem sogenannten Zollkodexanpassungsgesetz zugestimmt, das am 30.12.2014 im Bundesgesetzblatt verkündet wurde. Damit wurde unter anderem eine neue Regelung in das Einkommensteuergesetz aufgenommen (§ 19 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1a EStG), die die Besteuerung von Betriebsveranstaltungen nun laut ZDH (Zentralverband des Deutschen Handwerks) wie folgt regelt:

a) Einzubeziehende Kosten

Zu den Kosten einer Betriebsveranstaltung, die dem einzelnen Arbeitgeber und dessen Begleitperson zugerechnet werden, gehören nicht alle Gemeinkosten, sondern nur die Kosten, die der Arbeitgeber gegenüber Dritten für den äußeren Rahmen der Betriebsveranstaltung aufwendet. Das heißt, die rechnerischen Selbstkosten des Arbeitgebers werden nicht mit einbezogen.

b) Adressatenkreis

Zuwendungen des Arbeitgebers an seinen Arbeitnehmer und dessen Begleitpersonen anlässlich von Betriebsveranstaltungen gehören nach der Gesetzesänderung zu den Einkünften aus nichtselbständiger Arbeit. Für Betriebsveranstaltungen, die allen Angehörigen des Betriebs oder eines

Betriebsteils offen stehen, gilt je Arbeitnehmer ein Freibetrag von 110 Euro je Betriebsveranstaltung. Unter Betriebsteil ist dabei eine betriebliche Organisationseinheit von einiger Bedeutung und Größe zu verstehen. Allerdings kann der Freibetrag jeweils nur für bis zu zwei Veranstaltungen jährlich in Anspruch genommen werden.

c) Freibetrag statt Freigrenze

Wichtig für die Arbeitnehmer ist: Aus der bisherigen Freigrenze in Höhe von 110 Euro wird ein Freibetrag, so dass ein Überschreiten der Grenze nicht mehr zur Lohnsteuerpflicht des gesamten Aufwands beim Arbeitnehmer führt, sondern nur der überschüssige Anteil ist steuerpflichtiger Arbeitslohn.

Mit der Änderung der Besteuerung von Betriebsveranstaltungen hat der Gesetzgeber auf die aktuelle Rechtsprechung reagiert. Diese stand der bisherigen, in den Lohnsteuer-richtlinien geregelten Verwaltungspraxis zu steuerlichen Behandlung von Betriebsveranstaltungen teilweise entgegen. Die Neuregelung ist am 1. Januar 2015 in Kraft getreten und gilt nicht, wie noch vom Bundesrat gefordert, für alle offenen Fälle.



Abb.: Rainer Sturm/pixelio.de

Neue Vorschriften für die Besteuerung von Betriebsveranstaltungen: Jetzt zählen nur noch die Kosten dazu, die der Arbeitgeber gegenüber Dritten für den äußeren Rahmen der Veranstaltung aufwendet.

Selbstanzeige bei Steuerhinterziehung

Lieber bei der Wahrheit bleiben!

Die Voraussetzungen für eine strafbefreiende Selbstanzeige wurden zum 01.01.2015 deutlich verschärft. Auf folgende Änderungen hat BRV-Steuerberater Friedbert Scheiffarth (Köln) in seinem Mandantenrundsreiben vom Januar hingewiesen:

Die Grenze, bis zu der eine Steuerhinterziehung ohne Zahlung eines zusätzlichen Geldbetrages (zwischen 10 und 30 Prozent des Hinterziehungsvolumens) straffrei bleibt, wurde von 50.000 Euro auf 25.000 Euro abgesenkt.

Neben der weiteren Wirksamkeitsvoraussetzung für die Selbstanzeige müssen nun auch die Hinterziehungszinsen innerhalb der Zahlungsfrist entrichtet werden, d.h. nur wenn auch diese Zinsen fristgemäß entrichtet werden, wird bei Vorliegen der weiteren Voraussetzungen von einer Strafverfolgung abgesehen. Das Erkaufen der Straffreiheit ist damit deutlich verteuert.



Abb.: Tim Reckmann/pixello.de

Der Handel mit Steuerdaten löste in der Vergangenheit eine Flut von Selbstanzeigen wegen Steuerhinterziehung aus. Doch die Bedingungen, unter denen dies vor Strafverfolgung schützt, wurden jetzt verschärft.

Eine weitere Änderung im § 371 Abs. 1 Abgabenordnung sieht vor, dass auch in Fällen der einfachen Steuerhinterziehung für zehn Jahre rückwirkend die hinterzogenen Steuern nacherklärt werden müssen, unabhängig davon, ob bereits Strafverfolgungsverjährung eingetreten ist.

Zitat

„Ich wünsche Ihnen eine gute Woche. Nehmen Sie sich Zeit zum Shoppen und geben Sie Ihr Geld aus, bevor es nichts mehr wert ist. Vielleicht sogar im Autohaus.“

(Helmut Kluger, Herausgeber der Fachzeitung „automobilwoche“, im Editorial zur Online-Ausgabe vom 26.01.2015)

Künstlersozialabgabe

Bagatellgrenze und verschärfte Prüfungen

Zahlt Ihr Unternehmen Künstlersozialabgabe? Wenn Sie jetzt verwundert meinen, dass Sie doch gar nichts mit Künstlern zu tun haben: Vorsicht! Schon der Auftrag an eine Werbeagentur oder einen Webdesigner kann die Pflicht zur Zahlung einer Künstlersozialabgabe bewirken. Wenn Sie dies versäumen, kann später bei einer Betriebsprüfung der Rentenversicherung das teure Erwachen kommen: Die Künstlersozialabgabe kann dann nämlich für bis zu fünf Jahre nachträglich erhoben werden.

Die Künstlersozialversicherung ist die gesetzliche Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung für selbstständige Künstler und Publizisten. Davon zahlen die Versicherten, ähnlich wie Arbeitnehmer, etwa die Hälfte der Beiträge selbst. Die andere Hälfte besteht aus einem Zuschuss des Bundes und der gesetzlich geregelten Künstlersozialabgabe der Unternehmen, die Aufträge an diese Berufsgruppen vergeben.

Wichtig zu wissen: Zum 1. Januar dieses Jahres sind wesentliche Änderungen im Bereich der Künstlersozialabgabe erfolgt:

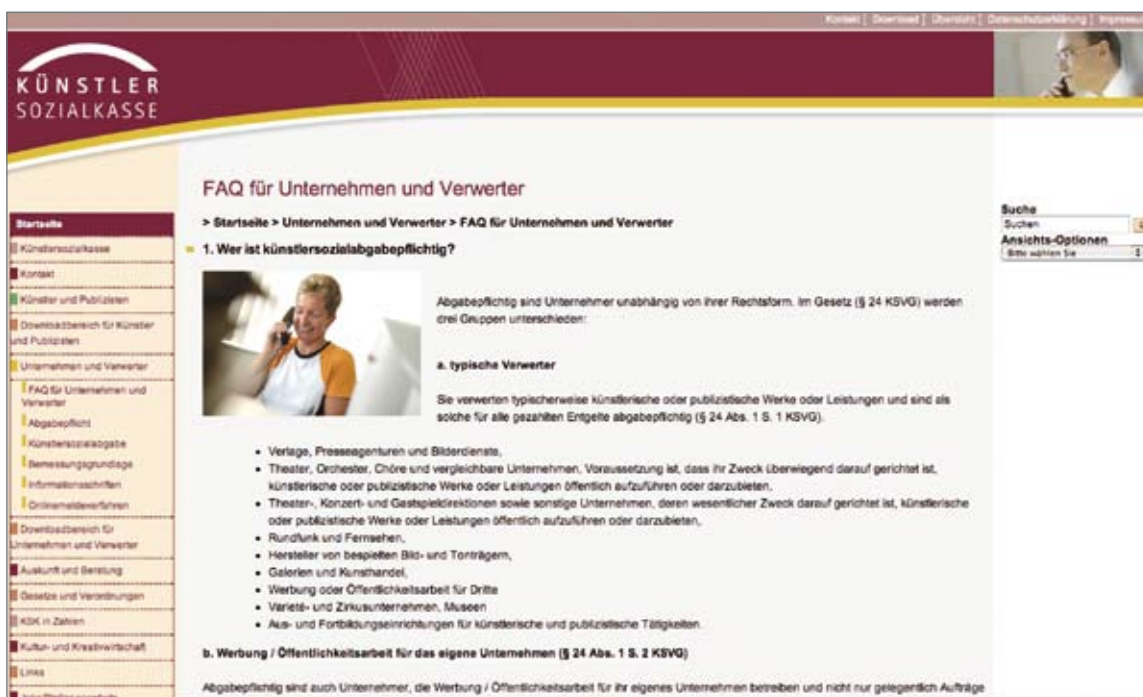
- Hinsichtlich der Abgabepflicht wurde eine Bagatellgrenze eingeführt. Aufträge mit einem (abgabepflichtigen) Volumen von in der Summe bis zu 450 Euro pro Jahr sind jetzt von der Abgabe befreit.

- Die Prüfung der Künstlersozialabgabe wird ausgeweitet. Ab 2015 wird die Abgabe von der Rentenversicherung im Rahmen der Betriebsprüfung bei den Unternehmen geprüft. Die Prüfung erfolgt flächendeckend alle vier Jahre sowohl bei Betrieben mit 20 und mehr Beschäftigten als auch bei kleineren Betrieben, die bereits abgabepflichtig sind. Von den Betrieben mit weniger als 20 Beschäftigten, die bisher nicht abgabepflichtig waren, werden alle vier Jahre 40 Prozent geprüft, so dass die Unternehmen in dieser Gruppe im Durchschnitt alle zehn Jahre geprüft werden. Auch bei den Unternehmen, die nicht geprüft werden, sollen die Betriebsprüfer allerdings über die Künstlersozialabgabe informieren.



Infobox

Mehr Infos zu dem Thema gibt es unter www.kuenstlersozialkasse.de. Außerdem hat der Zentralverband des Deutschen Handwerks ein aktuell überarbeitetes Merkblatt zum Thema Künstlersozialabgabe herausgegeben, das für BRV-Mitglieder im Downloadbereich der Website www.brv-bonn.de bereit steht. Hier der Menüpfad: Unternehmer > Mitglieder Login > Archiv Trends & Facts > Aktuelle Unterlagen zum Abruf aus Trends & Facts > Nr. 1, 2015.



www.kuenstlersozialkasse.de: Hier finden Unternehmer nähere Infos zur Abgabepflicht.

Abb.: www.kuenstlersozialkasse.de

Genehmigungspflichtige Kfz-Umbauten

Vorsicht mit werblichen Hinweisen!

Als Reifenhändler sollten Sie wissen: Umbauten an Kraftfahrzeugen können zum Erlöschen der Betriebserlaubnis des Fahrzeugs führen. Um dies zu verhindern, sind je nach verbautem Zubehörteil die in § 19 der Straßenverkehrszulassungsverordnung (kurz StVZO) genannten Genehmigungsvoraussetzungen einzuhalten. Im Hinblick darauf hat der Verband der Automobil Tuner (VDAT) e.V. kürzlich seine Mitglieder wie folgt gewarnt – eine Warnung, die wir hiermit an die BRV-Mitglieder weitergeben:

Umgangssprachlich haben sich für die genannten Genehmigungsvoraussetzungen Formulierungen wie „TÜV frei“, „mit TÜV“, „mit TÜV-Teilegutachten“ oder „TÜV-Abnahme in Hause“ etabliert. Im geschäftlichen Verkehr können diese Formulierungen jedoch unter markenrechtlichen und/oder unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten unzulässig sein und per Abmahnung geahndet werden.

In **markenrechtlicher** Hinsicht können Formulierungen wie die oben genannten unzulässig sein, weil durch sie die geschützte Marke „TÜV“ nicht als Marke, sondern in beschreibender Weise als pauschaler Ausdruck für „zulassungsfähig“ genutzt wird, erläutert der VDAT und empfiehlt: „Um das Risiko von Auseinandersetzungen mit dem TÜV-Markenverbund zu



Achtung, Abmahnung: Die Verwendung der Wortmarke „TÜV“ in der Werbung birgt sowohl marken- als auch wettbewerbsrechtliche Risiken.

vermeiden, sollten alle Aussagen, die bisher mit der Marke TÜV verknüpft wurden, geändert werden.“ Alternativ zu den genannten werblichen Hinweisen sollten Bezeichnungen wie „nicht eintragungspflichtig“ bzw. „eintragungsfrei“ oder „mit Teilegutachten“ verwendet werden.

„Die Marke TÜV sollte auch dann nicht verwendet werden, wenn der ausstellende Technische Dienst des Teilegutachtens ein TÜV ist!“, hebt der Fachverband hervor.

Was die **wettbewerbsrechtliche** Seite betrifft, so gibt es für die werbliche Beschreibung der vorhandenen Zulassungsvoraussetzungen von Kfz-Zubehörteilen leider derzeit keinen Königsweg, der vor Abmahnungen schützt. Seit Inkrafttreten des Gesetzes zum Verbraucher-Rechte-Richtlinie (VRRRL) im Juni 2014 stellen nämlich Verbraucherschutzorganisationen – z.B. die Wettbewerbszentrale – laut VDAT die markenrechtlich unbedenklichen Formulierungen wie „mit Teilegutachten“, „mit ABE“ oder „mit EG-Genehmigung“ als ausreichende Aufklärung im Sinne der VRRRL in Zweifel. „Mögliche Abmahnungen mit Begründung der wettbewerbsrechtlichen ‚Irreführung‘ können die Folge sein“, warnte der Tuner-Fachverband Mitte Dezember 2014, bedauerte aber zugleich: „Es gibt in Bezug auf den o.g. Sachverhalt derzeit keine Möglichkeit für Unternehmen, sich umfassend und effizient vor möglichen Abmahnungen zu schützen.“

Abb.: Oliver Symens/pixelio.de

BRV-Kampagne

RDKS im Blickpunkt

Das Thema Reifendruck-Kontrollsysteme wird den Reifenhandel in den nächsten Jahren maßgeblich beeinflussen – mit der Wissensplattform RDKS-Wissen.de und gezielter PR unterstützt der BRV seit verganginem Jahr die Branche in der Kommunikation.

Die RDKS-Kampagne des BRV und seiner Industriepartner ist 2014 erfolgreich angelaufen – Kernelemente sind die Website www.RDKS-Wissen.de, die Autofahrern die Grundlagen rund um RDKS vermittelt, und die umfangreiche Medienarbeit. Letztes Jahr konnten wir mit unserer Botschaft bereits Millionen Autofahrer erreichen, 2015 knüpfen wir an diesen Erfolg an. Dabei soll insbesondere betont werden, wie wichtig Sommerreifen im Sommer und Winterreifen im Winter sind und dass ein Umstieg auf Ganzjahresreifen aus Kostengründen ein schlechter Kompromiss ist.

Wie wichtig dieses Thema ist, zeigt eine Umfrage von BBE und der Branchenfachzeitschrift Kfz-Betrieb: Derzeit würden zwar 30 Prozent der Autofahrer trotz der Mehrkosten einen zweiten Radsatz kaufen, knapp 40 Prozent sind aber noch unentschlossen, rund 10 Prozent wollen die Reifen auf der Felge ummontieren – und 18 Prozent der Befragten erwägen den Wechsel auf Ganzjahresreifen. Es gilt, insbesondere die Unentschlossenen und diejenigen, die beabsichtigen, Ganzjahresreifen zu kaufen, von den Sicherheitsvorteilen von Sommer- und Winterreifen zu überzeugen.

Ausbau der Wissensplattform www.RDKS-Wissen.de

Wir möchten online noch besser gefunden werden – mit dem Suchbegriff „RDKS“ sind wir bereits auf der ersten Seite von Google zu finden, nun geht es um den Ausbau und die Fokussierung auf weitere Keywords wie Reifendruckkontrollsystem und TPMS (das englischsprachige Pendant zu RDKS, die Abkürzung steht hier für **T**ire **P**ressure **M**onitoring **S**ystem). Darüber hinaus wird das Linknetzwerk noch stärker ausgebaut – das übrigens auch Sie für sich nutzen können! Bauen Sie doch einfach einen der Banner, die es auf der Kampagnenwebsite unter „Downloads“ gibt, mit Link auf die Wissensplattform in Ihre Website ein!

Zusätzlich wird ein Film mit Andi Pressure als Hauptfigur entwickelt, der kurz und knapp erklärt, was RDKS sind. Dieser Film wird über die Website, aber auch über YouTube abrufbar sein und kann von Fachhändlern auf den eigenen Unternehmensseiten eingebunden werden.

Kontinuierliche Berichterstattung

Für 2015 sind insgesamt sechs Pressemeldungen geplant – damit unterstützt der BRV seine Mitglieder in der Kommunikation zur Umrüstesaison im Frühjahr und Herbst. Zusätzlich soll mit einem Hörfunkbeitrag mehr Aufmerksamkeit für das Thema Reifendruckkontrollsysteme generiert werden. Hier der Presseplan zur Kampagne 2015:

Publikumspresse

- Ende März: RDKS – Das erwartet Sie beim Reifenwechsel!
- Ende April: Der richtige Luftdruck spart Geld – RDKS hilft
- Anfang Oktober: Ein Jahr RDKS-Pflicht. Die Bedeutung für Autofahrer
- Wintereinbruch: Reifenwechsel mit RDKS – sicher unterwegs im Winter

Fachpresse

- Mitte März: Kunden optimal informieren – Tipps zur Beratung und Hinweis auf „Hilfsmedien“
- Mitte September: RDKS – Nutzen Sie das Potenzial als Fachhandel

Materndienst

- Hörfunk: Interview mit einem Industrie-Experten und Reifenhändler
- Wochenblatt: RDKS – Bedeutung und Auswirkungen

Unterstützung des Fachhandels

Weiterhin wird der BRV seinen Mitgliedunternehmen umfangreiches Informationsmaterial gegen eine Versandpauschale zur Verfügung stellen. Neben Medien, die bereits bestellt werden können – Poster, Flyer, Postkarte – wird 2015 ein Signet entwickelt, das Fachhändler in ihre Printprodukte und auch auf ihre Website einbinden können. Arbeitstitel: „RDKS? – Wir wissen Bescheid!“.

Infobox



Mehr Infos rund um RDKS sowie das Bestellformular für die Werbemittel aus der BRV-Kampagne finden Verbandsmitglieder im passwortgeschützten Mitgliederbereich der Website www.brw-bonn.de unter dem Menüpfad Downloads > Technik > RDKS: Alle Informationen zum Thema.

Schon leichter Luftmangel kann Laufleistung von Reifen halbieren

Von drabim
BONM. Höherer Spritverbrauch, größere Schleudergefahr, geringere Laufleistung der Pneu: Wer den Reifendruck am Auto nicht regelmäßig kontrolliert, handelt sich viele Nachteile ein.



Mit dem richtigen Reifendruck liegt ein Auto nicht nur stabiler auf der Straße, sondern auch deutlich länger. Foto: Franziska Gabbert

Zu geringer Luftdruck kann die Lebensdauer von Autoreifen erheblich verkürzt werden. Bei einer Abweichung von 0,5 bar unter dem vom Hersteller empfohlenen Mindestwert reduziert die Kilometersaufleistung durch stärkeren Verschleiß 45 Prozent. Darauf weist der Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk (BRV) in Bonn hin. Autofahrer sollten also zwei bis vier Wochen Reifendruck prüfen und diesen gegebenenfalls korrigieren. Ab November Neuzulassung auch die Fahrzeugtechnik im Auge darauf haben: Ein Reifendruckkontrollsystem (RDKS) ist dann für die Zulassung Pflicht.

Zu geringer Reifendruck begünstigt nicht nur den Verschleiß, so der BRV, sondern auch die Unfallrate. Ein Reifendruck von 1,5 bar verlängert den Bremsweg um bis zu 30 Prozent. Zudem ist die Lenkbarkeit bei der Luftdruckkontrolle durch den Fahrer zu prüfen. Ein Reifendruck von 1,5 bar verlängert den Bremsweg um bis zu 30 Prozent. Zudem ist die Lenkbarkeit bei der Luftdruckkontrolle durch den Fahrer zu prüfen. Ein Reifendruck von 1,5 bar verlängert den Bremsweg um bis zu 30 Prozent. Zudem ist die Lenkbarkeit bei der Luftdruckkontrolle durch den Fahrer zu prüfen.

Reifendruckensoren ab November für Pflicht

Für neu zugelassene Fahrzeuge in der EU sind von 1. 11. 2014 elektronische Reifendruckkontrollen (RDKS) Pflicht. Die elektronischen Reifendruckkontrollen (RDKS) sind in neu zugelassenen Pkw (Stichtag: 1.11.2014). Deaktiviert man das RDKS, gilt das bei der HU als Mangel.



Ein Satz neuer Reifen wird künftig je nach Fahrzeugum bis zu 350 Euro teurer. Quelle: ADAC

Zwei System direkten wir an den Räder gleichzeitige allen vier Räder pro Radsatz für 350 Euro der indirekte ABS-Sensoren verglichen. F Abrollumfang

EU-Verordnung: Reifendruck-Kontrollsysteme für mehr Sicherheit

07.10.2014 | 15:04 Uhr
 von InfoMarkt
 Lesenswert | Weiterlesen | drucken

Artikel | Seite 1 / 11



Bremsweg bei 100 km/h auf nassem Asphalt



Quelle: Continental

Mit eintrich, wann haben Sie zum letzten Mal den Reifendruck überprüft? Lange her? – Das kann gefährlich werden. Denn zu geringer Druck im Reifen verlängert den Bremsweg und schraubt den Kraftstoffverbrauch und den Abrieb in die Höhe. Dem will die EU nun entgegenwirken: Reifendruck-Kontrollsysteme (RDKS) sind in neu zugelassenen Pkw, Geländewagen und Wohnmobilen Pflicht (Stichtag: 1.11.2014). Deaktiviert man das RDKS, so wird dies bei der Hauptuntersuchung als Mangel eingestuft.

Schlechtes Wetter, verschmutzte Reifen, kalte Finger, Termindruck: Gründe, die Reifen nicht beim Tanken eben noch auf den richtigen Luftdruck zu prüfen, gibt es genügend. Dabei können schon 0,5 bar zu wenig Reifendruck den Bremsweg auf nassem Fahrbahn um rund zehn Prozent verlängern. Bei einer Vollbremsung aus 100 km/h prallt das Auto mit zu wenig Luftdruck mit 33 km/h auf das Hindernis, vor dem ein Wagen mit korrektem Luftdruck gerade noch zum Stehen kommt. Schlechter werden auch die Seitenführung und der Rollwiderstand des Reifens.

RDKS prüfen, wie viel Luft in den Reifen ist und warnen den Fahrer bei Abweichungen. Mit der Einführung dieser Systeme wird sich für Autofahrer einiges ändern.

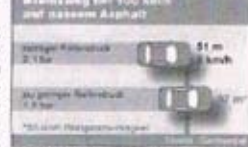
Mehr Informationen dazu gibt es auf www.RDKS-Wissen.de

Neue EU-Regelung: Reifendruck-Kontrollsysteme

Wann haben Sie zum letzten Mal den Reifendruck überprüft? Lange her? – Das kann gefährlich werden, denn zu geringer Luftdruck verlängert den Bremsweg. Daher verlangt die EU jetzt Reifendruck-Kontrollsysteme (RDKS) in neu zugelassenen Pkw (Stichtag: 1.11.2014). Deaktiviert man das RDKS, gilt das bei der HU als Mangel. RDKS messen den Luftdruck während der Fahrt und informieren den Fahrer bei Abweichungen über eine Kontrollleuchte im Armaturenbrett. Der richtige Luftdruck ist ein wichtiger Sicherheitsfaktor – zu wenig Luftdruck

Reibung und höherem Spritverbrauch. Außerdem werden die Langlebigkeit und Laufleistung durch korrekten Luftdruck erhöht. Das wiederum führt zu weniger Altgummi.

Reifen können nicht mehr selbst gewechselt werden, denn die verschiedenen RDKS verlangen



Quelle: Continental

Warnung. Der Verlust mehr, dieses System funktioniert mit jedem Rad, es muss nicht zusätzlich installiert werden. Nachteil: Ein schlechender Verlust wird so nicht ihren Modellen auf direkt messende schafftsführer des Bundesverbands (BRV).

RDKS könnten nun, um die Zusatzkosten zu senken, auf die Idee kommen: Wo kein Sensor, Trugschluss", sagt Ruprecht Müller vom ADAC. Bestandteil der Kfz-Typulassung war, das mit Winterrädern noch abschalten. Das ist möglich. Die Folge: Kommen keine Kosten an, hat der Fahrer permanent eine

Sensor kontrolliert den Reifendruck

TECHNIK Künftig Pflicht bei Neuzulassung – Höhere Kosten für Pneu und Service – Richtige Einstellung spart Sprit

Wichtig! 1. November 2014: Ab dem 1. November 2014 sind alle neu zugelassenen Pkw, Geländewagen und Wohnmobile mit einem Reifendruckkontrollsystem (RDKS) ausgestattet sein. Das RDKS ist ein elektronisches System, das den Luftdruck in den Reifen über Sensoren überwacht. Bei einem Druckverlust sendet das System eine Warnung an den Fahrer.



Man muss künftig mit Druck Reifendruckkontrollsysteme ausgerüstet sein. Ein barometer der Pneu-Service-Rose hat

Ein Sensor wird in den Reifen montiert, der den Luftdruck überwacht. Bei einem Druckverlust sendet das System eine Warnung an den Fahrer. Die Kosten für ein RDKS liegen bei etwa 100 bis 150 Euro. Die Kosten für die Reifen sind ebenfalls höher, da die Sensoren in den Reifen montiert werden müssen. Die Kosten für die Reifen sind ebenfalls höher, da die Sensoren in den Reifen montiert werden müssen.

Die Kosten für ein RDKS liegen bei etwa 100 bis 150 Euro. Die Kosten für die Reifen sind ebenfalls höher, da die Sensoren in den Reifen montiert werden müssen. Die Kosten für die Reifen sind ebenfalls höher, da die Sensoren in den Reifen montiert werden müssen.

EU-Verordnung Reifendruck-Kontrollsysteme für mehr Sicherheit

Mit eintrich, wann haben Sie zum letzten Mal den Reifendruck überprüft? Lange her? – Das kann gefährlich werden, denn zu geringer Luftdruck verlängert den Bremsweg. Daher verlangt die EU jetzt Reifendruck-Kontrollsysteme (RDKS) in neu zugelassenen Pkw (Stichtag: 1.11.2014). Deaktiviert man das RDKS, gilt das bei der HU als Mangel. RDKS messen den Luftdruck während der Fahrt und informieren den Fahrer bei Abweichungen über eine Kontrollleuchte im Armaturenbrett. Der richtige Luftdruck ist ein wichtiger Sicherheitsfaktor – zu wenig Luftdruck

Bremsweg bei 100 km/h auf nassem Asphalt



Quelle: Continental

Reifendruckkontrollsysteme (RDKS) sind in neu zugelassenen Pkw (Stichtag: 1.11.2014). Deaktiviert man das RDKS, gilt das bei der HU als Mangel. RDKS messen den Luftdruck während der Fahrt und informieren den Fahrer bei Abweichungen über eine Kontrollleuchte im Armaturenbrett. Der richtige Luftdruck ist ein wichtiger Sicherheitsfaktor – zu wenig Luftdruck

Bremsweg bei 100 km/h auf nassem Asphalt



Quelle: Continental

Kontrollsysteme für Sicherheit

Nach EU-Verordnung steht der Reifendruck im Fokus. Die Kosten für ein RDKS liegen bei etwa 100 bis 150 Euro. Die Kosten für die Reifen sind ebenfalls höher, da die Sensoren in den Reifen montiert werden müssen. Die Kosten für die Reifen sind ebenfalls höher, da die Sensoren in den Reifen montiert werden müssen.

Brachte das Thema RDKS mit Erfolg in die Medien: die 2014 gestartete RDKS-Kampagne des BRV.

RDKS-Nachrüstsysteme (Retrofit-Kits)

Empfehlenswert? – Ausdrücklich ja, aber... !

Im Ersatzgeschäft rund um Reifendruck-Kontrollsysteme häufen sich mittlerweile die Angebote von kompletten Nachrüstsystemen (Retrofit-Kits) – sozusagen im Schlepptau der Umsetzung der „Verordnung (EG) Nr. 661/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Juli 2009 über die Typgenehmigung von Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeuganhängern und von Systemen, Bauteilen und selbstständigen technischen Einheiten für diese Fahrzeuge hinsichtlich ihrer allgemeinen Sicherheit“, hier: der bindenden Verpflichtung der Automobilhersteller, neu typengehemigte Kraftfahrzeuge der Klasse M1/M1G ab 01.11.2012 und erstzugelassene Kraftfahrzeuge der Klasse M1/M1G ab 01.11.2014 mit einem Reifendruck-Kontrollsystem (RDKS) auszustatten, das technologieneutral die Anforderungen der ECE-R 64 erfüllt.

Die Rede ist hierbei ausdrücklich von kompletten direkten Nachrüstsystemen, also Sensoren o.ä. und einer entsprechenden Sendeeinheit mit Display – wie „TireMoni“, „Cub-Retrofit kit“, „Blaupunkt-TPM 2.14 USB“ und andere.

So hat sich beispielsweise das BRV-Fördermitglied tpm GmbH bezüglich seines „TireMoni“-Systems mit dem hier abgedruckten Schreiben einschließlich Prüfbescheinigungen, dass das System der ECE-R 64 entspricht, an die BRV-Mitglieder gewandt, in dessen Folge es eine Reihe von Anfragen in der BRV-Geschäftsstelle gegeben hat. Insbesondere wurde die Frage gestellt, ob solche kompletten direkten Nachrüstsysteme bei Fahrzeugen, die unter die EU-VO 661/2009 fallen, die des Fahrzeugherstellers ersetzen können.

Unsere Rechtsauffassung dazu ist recht eindeutig: Die EU-VO 661/2009 bezieht sich

Hallo Michael Schrötle,

Reifendruckkontrolle bleibt ein spannendes Thema - Verdienen Sie einfach mehr mit TireMoni.

Mit der seit 01.11.2014 geltenden ECE R-64 ist Reifendruckkontrolle in allen Köpfen - aber noch bei weitem nicht in allen Fahrzeugen! Mit TireMoni können Sie diese Chance jetzt schnell und einfach nutzen.

Bestimmt sind schon einige Kunden auf Sie zugekommen mit diesen oder anderen Fragen:

- kann ich ein Reifendruckkontrollsystem auch für meine bestehenden Fahrzeuge haben?
- brauche ich für meine Sommerreifen jetzt auch so ein System?
- kann ich ein direkt messendes System auch bei verbaute indirekt messenden System nachrüsten?
- gilt diese Norm auch für Re-Importe?
- usw...

Für alle TireMoni Systeme weisen wir per Prüfbescheinigung nach, dass die technischen Anforderungen der ECE R-64 an Reifendruckkontrollsysteme erfüllt sind. Natürlich haben unsere Systeme auch eine EG Typgenehmigung (e-Kennzeichen).

In unserem Whitepaper ([klick hier](#)) finden Sie eine Zusammenfassung des Themas und einen Vergleich der Technologien und Systeme und die Vorteile und Funktionsweise der TireMoni Systeme als Argumentationshilfe.

Nutzen Sie die Kundenfragen jetzt für schnelles und einfaches Zusatzgeschäft und verdienen Sie einfach mehr mit TireMoni! TireMoni lässt sich schnell und einfach in jedes Fahrzeug nachrüsten und Sie brauchen dazu keine Investitionen in Werkstattaufrüstung.

Kataloge, Flyer und Preislisten erhalten Sie bei uns jederzeit direkt bei TPM GmbH: sales@tpm-systems.com.

Viele Grüße

Ute Wenninger

tpm GmbH
ute.wenninger@tpm-systems.com

If you no longer wish to receive our emails, click the link below:

[Unsubscribe](#)

tpm GmbH, Gewerbepark 26, 95587 Kalsheim, Bayern Germany +49 (9099) 9664966

Hat zu Rückfragen an den BRV geführt: das Angebot des TireMoni-Nachrüst-RDKS von tpm.

auf die Erstausrüstung von Fahrzeugen mit einem RDKS, das technologieneutral die technischen Anforderungen der ECE-R 64 zu erfüllen hat. Gleichzeitig darf das verbaute RDKS, sofern es sich um ein direktes System handelt, beim Betrieb des Fahrzeuges mit Rädern ohne die entsprechenden Sensoren nicht mehr mit dem sogenannten Wintermodul (Fehleranzeige erlischt nach einer gewissen Zeitdauer) ausgestattet sein, sondern es muss in diesem Falle die Nichtfunktionsfähigkeit des verbaute Systems permanent anzeigen. Genau das wird bei der Fahrzeug-Hauptuntersuchung nach § 29 StVZO überprüft und zumindest zukünftig als erheblicher Mangel eingestuft. Insofern besteht aus dieser gesetzlichen Regelung heraus – unabhängig unterschiedlicher Interpretationen – keine Möglichkeit, ein System eines Drittanbieters bei diesen

Fahrzeugen zu verbauen, da das vom Fahrzeughersteller verbaute immer eine permanente Fehlermeldung anzeigen würde, die, wie gesagt, zumindest zukünftig einen erheblichen Mangel darstellt – eine unzulässige Deaktivierung des ursprünglichen Systems.

Dies betrifft auch Fahrzeuge, die bereits unter die EU-VO 661/2009 fallen und noch nicht mit einem RDKS ausgestattet sind, für die die Fahrzeughersteller aber eine Ausnahmegenehmigung nach Richtlinie 2007/46/EG (Art. 27, Anhang XII) beantragen können und erhalten, so dass diese Fahrzeuge dann – auch ohne RDKS – zweifelsfrei zulässig sind auch zugelassen werden.

Allerdings können diese Fahrzeuge auf freiwilliger Basis – und nicht als Zulassungsvoraussetzung – selbstverständlich und sinnvollerweise mit einem RDKS-Nachrüstsystem (Retrofit-Kit) nachgerüstet werden, was wir auch ausdrücklich empfehlen. Und dies betrifft natürlich und in besonderem Maße alle im Bestand befindlichen Kraftfahrzeuge, die noch nicht unter die EU-VO 661/2009 fallen, also derzeit 80 Prozent und mehr des gesamten Kraftfahrzeugbestandes – auch im Sinne von sicherlich mehr als notwendigem Zusatzgeschäft im Reifenservice!



Prüfbescheinigung Certificate of Conformity

Antragsteller: <i>Applicant:</i>	tpm Technology Products Marketing GmbH Gewerbepark 26 86687 Kaisheim Germany
Produkttyp: <i>Product type:</i>	Reifendruckkontrollsystem (RDKS) Tyre pressure monitoring system (tpms)
Modell: <i>Model:</i>	TireMoni TM-1XX (XX ist ein Platzhalter für 0-9 oder A-Z für unterschiedliche Gerätevarianten) (XX is variable; it could be 0-9 or A-Z and defines different model variants)

Ein repräsentatives Prüfmuster erfüllt die technischen Anforderungen nach:
A representative test sample fulfils the technical requirements to:

Norm: <i>Standard:</i>	ECE R-64
Berichtsnummer: <i>Report no:</i>	14PP121-01_0
Zertifikatsnummer: <i>Certificate no:</i>	14-158-00
Ausstelldatum: <i>Date of issue:</i>	11.12.2014



Horst Haug

Primara Test und Zertifizier GmbH, Gewerbepark 26, D-86687 Kaisheim, Germany, T +49 (0)8341 955 48 33; F +49 (0)8341 955 48 34



Prüfbescheinigung Certificate of Conformity

Antragsteller: <i>Applicant:</i>	tpm Technology Products Marketing GmbH Gewerbepark 26 86687 Kaisheim Germany
Produkttyp: <i>Product type:</i>	Reifendruckkontrollsystem (RDKS) Tyre pressure monitoring system (tpms)
Modell: <i>Model:</i>	TireMoni TM-2XX (XX ist ein Platzhalter für 0-9 oder A-Z für unterschiedliche Gerätevarianten) (XX is variable; it could be 0-9 or A-Z and defines different model variants)

Ein repräsentatives Prüfmuster erfüllt die technischen Anforderungen nach:
A representative test sample fulfils the technical requirements to:

Norm: <i>Standard:</i>	ECE R-64
Berichtsnummer: <i>Report no:</i>	14PP121-02_0
Zertifikatsnummer: <i>Certificate no:</i>	14-159-00
Ausstelldatum: <i>Date of issue:</i>	11.12.2014



Horst Haug

Primara Test und Zertifizier GmbH, Gewerbepark 26, D-86687 Kaisheim, Germany, T +49 (0)8341 955 48 33; F +49 (0)8341 955 48 34

Abb.: tpm

Ausreichend für den unbedenklichen Verbau des Nachrüst-Systems?: Prüfbescheinigungen zu TireMoni.

AK Reifentechnik/Autoservice

Volle Agenda zur Frühjahrssitzung!

Am 10. Februar fand in Bonn die diesjährige Frühjahrssitzung des BRV-Arbeitskreises „Reifentechnik/Autoservice“ statt. Da der Sitzungstermin erst nach Redaktionsschluss der vorliegenden T&F-Ausgabe lag, können wir hier lediglich einen Blick auf die Tagesordnung gewähren.

Die Sitzung startete mit drei **Gastvorträgen** zu den Themen

- Aktuelle Entwicklungen im Bereich Klebe-Wuchtgewichte
- CSC-Tool für Fahrzeugassistenzsysteme/Kalibrierung
- Scheinwerferprüfplätze nach § 29 StVZO ab 01.01.2015 bzw. 2017

Zum Programmpunkt **Montage von UHP- und Runflat-Reifen** gab es im Anschluss folgende Beiträge:

- wdk-zertifizierter RFH – aktueller Stand
- wdk-Steuerungsgremium – Bericht zur Sitzung vom 21.10.2014

Es folgte das Thema **RDKS** mit den Unterpunkten

- RDKS-Informationskampagne für Autofahrer – Maßnahmenplan 2015

- Erfahrungsbericht zur ersten M+S-Saison mit RDKS – Bericht der AK-Mitglieder
- Indirekte RDKS – Reifenfabrikatsbindung? – aktueller Stand
- Bewertung eines deaktivierten RDKS im Rahmen der HU §29 StVZO – aktueller Stand der Abstimmung mit dem Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (geringer Mangel/erheblicher Mangel)

Ferner auf dem Programm standen die Themen

- Unterschiedliche Bewertung von **Mischbereifung** (EU-Rili 92/23 – § 36 StVZO) – aktueller Stand
- **Runderneuerung:** Status Quo im BIPAVER-Re-Tyre-Projekt
- **Autoservice** – Diskussion zu aktuellen ZDK-Unterlagen
- Generelle zukünftige **Ausrichtung des AK zu Autoservice**
- **Mobilfitting** – rechtliche Grundlagen (Reparaturen, Rad-/Reifenwechsel im öffentlichen Verkehrsraum)
- **Zulässigkeit von OE-Rädern** (Felgen) am Fahrzeug
- Verschiedenes.

Der Ergebnisbericht zur Sitzung folgt im nächsten Heft.

BRV-Praxishilfen

Preispanel und Dispo-Unterlagen

Jedes Jahr gibt der BRV für die Umbereifungs-Saisons zwei gern genutzte Praxishilfen heraus: zum einen die Dispositions-Unterlagen für die Sommer- bzw. Winterreifendispo, zum anderen das Preispanel Frühjahr bzw. Herbst.

Die BRV-**Unterlagen zur Pkw-, 4x4- und Van-Sommerreifen-Disposition** sind wieder in bewährter Zusammenarbeit mit Continental entstanden und wurden schon am 9. Dezember 2014 per VIP-Newsletter veröffentlicht. Sie enthalten folgende Übersichten:

- Sommerreifen-Absatz Deutschland (Industrie an Handel und Handel an Verbraucher) gesamt;

- Die meistverkauften Pkw-Sommerreifen I bis IV, 4x4-Sommerreifen I bis II und Van-Sommerreifen I bis II (jeweils Industrie an Handel) mit Fhgz.-Zuordnung;
- Die meistverkauften UHP-Sommerreifen 17 Zoll I bis II, 18 Zoll I bis II sowie 19 und 20 Zoll, jeweils mit Fhgz.-Zuordnung.

Bitte beachten: Bei den in den Unterlagen enthaltenen Marktdaten, insbesondere zum Sommerreifenabsatz Deutschland 2014 Industrie an Handel und Handel an Verbraucher, sowie bei der Prognose (Forecast) 2015 handelt es sich um die Einschätzung der Continental. Die erste BRV-Hochrechnung

zum Jahr 2014 und -Prognose für 2015 hat der Verband am 17. Dezember per VIP-Newsletter in seinem „Weihnachtsbrief“ veröffentlicht (siehe Übersichtstabelle rechts); die endgültigen Marktdaten 2014/2015 wird der BRV wie immer im März/April publizieren.

In Kürze wird auch das neue **Preispanel** herausgegeben; eine aktuelle Übersicht der Produkt- und Dienstleistungspreise für Pkw-Reifen im Hofgeschäft, die der BRV jeweils zum Stichtag 1. März und 1. September erhebt.

Sowohl die Dispo-Unterlagen als auch das jeweils aktuelle Preispanel stehen für BRV-Mitglieder im passwortgeschützten Mitgliederbereich der Website www.brv-bonn.de zum Download bereit; Genaueres siehe in der Infobox.

Gesamtmarktentwicklung Reifenersatzgeschäft in D (Handel an Verbraucher)					
Produktgruppe	Ist 2013	V-Ist 2014	%Entw.	P 2015	% Entw.
Pkw-Sommer* (inkl.RE+GJ)	21,40	22,05	3,0%	22,60	2,5%
Pkw-Winter* (inkl.RE)	21,70	19,55	-9,9%	20,03	2,5%
Pkw-gesamt* (inkl.RE)	43,10	41,60	-3,5%	42,63	2,5%
Off-Road-Sommer*	1,57	1,62	3,2%	1,66	2,5%
Off-Road-Winter*	1,71	1,76	2,9%	1,81	2,8%
Off-Road-gesamt*	3,28	3,38	3,0%	3,47	2,7%
Lkw-Sommer* (inkl.RE)	1,60	1,62	1,3%	1,65	1,9%
Lkw-Winter* (inkl.RE)	1,66	1,66	0,0%	1,71	3,0%
Lkw-gesamt*	3,26	3,28	0,6%	3,36	2,4%
Consumer total* (inkl.RE)	49,64	48,26	-2,8%	49,46	2,5%
Lkw-neu*	1,70	1,73	1,8%	1,77	2,3%
Lkw-RE*	0,97	0,97	0,0%	0,98	1,0%
Lkw-gesamt*	2,67	2,70	1,1%	2,75	1,9%
Motorrad*	1,37	1,44	5,1%	1,48	2,8%
FARM**	250,20	237,69	-5,0%	250,20	5,3%
EM-neu**	25,03	25,65	2,5%	26,28	2,5%
EM-RE**	11,48	11,77	2,5%	12,06	2,5%
EM-gesamt**	36,51	37,42	2,5%	38,34	2,5%

*Angaben in Mio-Stück, **Angaben in Tausend-Stück
 RE=Runderneuerungen/GJ=Ganzjahresreifen/FARM=Landwirtschaftsrfn./EM=Erdbewegungsmaschinenrfn.
 Erste BRV-Hochrechnung zum Stand 09.12.2014 auf Basis der wdK-Sell-Out-Statistik per 11/14
 und der geschätzten Gesamtmarktentwicklung per 12/14 - Handel an Verbraucher

Erste Hochrechnung des BRV zur Marktentwicklung im Reifenersatzgeschäft vom 9. Dezember 2014: Die Schätzung des Verbandes weicht gegebenenfalls von den in den BRV-Unterlagen zur Sommerreifendispo enthaltenen Zahlen ab, weil letztere von Continental übernommen wurden!

Infobox



Hier finden Sie die im Text genannten Unterlagen im Web:

Sommerreifen-Dispo:

brv-bonn.de > Mitglieder Login > Downloads > Technik > Reifendisposition

Preispanel Frühjahr/Sommer 2015:

brv-bonn.de > Mitglieder Login > Downloads > Studien > BRV-Preispanel

Unfallverhütung

2014 – das Jahr der schweren Unfälle im Reifenfachhandel

Beitrag von Bernd Kömlich, Sicherheitsfachkraft im Reifenhandel



Abb.: Thomas Max Müller/pixelio.de

Unfallquelle Gabelstapler: Vorschriften allein genügen nicht, um Unfälle zu verhindern – ihre Einhaltung muss auch kontrolliert werden!

Sehr geehrte Damen und Herren, in Bezug auf Arbeitssicherheit war 2014 für den Reifenfachhandel kein gutes Jahr!

Warum? Im Jahr 2014, und wenn ich das letzte Quartal 2013 mit einbeziehe, also innerhalb von 15 Monaten, passierten im Reifenfachhandel vier schwere Unfälle, in denen drei Mitarbeiter tödlich und drei Mitarbeiter schwerst verletzt wurden. Bei zweien davon wurden jeweils ein Mitarbeiter tödlich und ein Mitarbeiter schwerst verletzt. Hinzu kommen im Jahr 2014 die vielen sonstigen nicht meldepflichtigen oder meldepflichtigen Unfälle.

Die Folgen für die von Unfällen betroffenen Mitarbeiter und deren Familien sind oft schwer, aber auch die Folgen für die betroffenen Unternehmen.

Im Hinblick auf die genannten schweren Unfälle stechen zwei Fakten hervor:

1. Alle vier passierten beim Lkw-Pannen- oder Vorortservice und beim Führen von Gabelstaplern;
2. Alle ereigneten sich in einem sehr kurzen Zeitraum von 15 Monaten, was es in Deutschland meines Wissens seit 2005 so nicht mehr gab.

Jetzt werden sicherlich etliche Unternehmer sagen: „Betrifft mich nicht, ich führe keinen Pannendienst durch“, „... ich habe keinen Gabelstapler“ usw.. Aber in der Auswertung der Unfälle zeigen sich mir als Sicherheitsfachkraft im Reifenfachhandel ganz bestimmte Umstände, unter denen diese Unfälle passieren konnten:

1. Der Zeitpunkt der Unfälle: Zeitdruck und damit verbunden Stresssituationen bei den Mitarbeitern führten zu Fehlern und diese zu dem Unfallgeschehen.
2. Die Art und Weise, wie die Unfälle passiert sind: Hier stellt sich die Frage nach der Ausbildung und der jährlichen Belehrung der Mitarbeiter.
3. Die Arbeitsmittel – hier die Ausrüstung der Pannenfahrzeuge und der Gabelstapler: Sie waren nicht in Ordnung oder wurden nicht genutzt.

Diese Umstände sind bei fast der Hälfte aller Unfälle, die im Reifenfachhandel passiert sind, festzustellen. Nachlesen kann man das in den Unfallanzeigen an die Berufsgenossenschaft, zumindest aus denen, die mir vorliegen.

Zusammenfassen möchte ich wie folgt und damit die Unternehmen und ihre Führungskräfte nochmals sensibilisieren:

- Zu Punkt 1 der Umstände: Den Zeitpunkt der Arbeiten, bei denen ein Unfall passieren kann, kann man sich nicht aussuchen. Aber den Zeitdruck und damit den Stress kann ich als Vorgesetzter meinen Mitarbeitern nehmen.

- Zu Punkt 2: Hier möchte ich vorab erwähnen, dass der Reifenfachhandel in punkto Arbeitssicherheit und Ausbildung seiner Mitarbeiter auf einem sehr hohen Niveau ist. Aber wenn ich an die jährlichen Belehrungen denke, dann habe ich Bedenken. Hier genügt ein Blick in die BGV A1 Grundsätze der Prävention sowie in die BGI 800 Sicherungsmaßnahmen bei Pannen-/Unfallhilfen, Bergungs- und Abschlepparbeiten und die BGV D27 Flurförderzeuge. Weitere relevante Unfallverhütungsvorschriften für den Reifenfachhandel kann Ihnen Ihre Sicherheitsfachkraft oder die zuständige Berufsgenossenschaft benennen, hier erhalten Sie auch Unterstützung zur Durchführung der jährlichen Arbeitsschutzbelehrungen.
- Zu Punkt 3 der Umstände: Dass die Ausrüstung der Pannenfahrzeuge in Ordnung und vollständig sein muss, brauche ich niemanden zu erklären, auch dass ein Gabelstapler technisch in Ordnung sein muss. Aber – und daran hapert es oft in der Praxis – die Kontrolle dessen sollte durch die Verantwortlichen auch regelmäßig durchgeführt werden. Und die Verantwortlichen müssen auch immer wieder darauf hinwirken, dass Sicherheitseinrichtungen, z.B. die Leitkegel zur Eigensicherung auf den Pannenfahrzeugen in bestimmten Situationen auf den Straßen und Autobahnen oder der Sicherheitsgurt am Gabelstapler als Rückhaltesystem, durch die Mitarbeiter tatsächlich und ausnahmslos benutzt werden.

Mir ist beim Schreiben dieses Artikels zwar durchaus bewusst, dass beim Lkw-Pannen- oder Vorortservice sowie bei der Arbeit mit Gabelstaplern nicht so viele Unfälle passieren. Aber wenn sich dann einmal in diesen Bereichen ein Unfall ereignet, ist meistens mit schweren Verletzungen der Mitarbeiter zu rechnen – und natürlich auch mit hohen Sach- und Folgekosten!

Ich wünsche allen weiterhin ein unfallfreies Jahr.

Ihr Bernd Kömeling



In Bezug auf Arbeitssicherheit war 2014 ein schlechtes Jahr für den Reifenhandel, analysiert Sicherheitsfachkraft Bernd Kömeling.

Abb.: privat

Kontakt:

Bernd Kömeling, Ing.-Büro für Arbeitssicherheit
 Haussnerstr. 1, 08523 Plauen
 Tel. ++49(0)3741 20 10-86,
 Fax -87, mobil ++49(0)171 710 57 78
 E-Mail B.K.SIFA@t-online.de

Infobox



Infos zur Unfallverhütung finden BRV-Mitglieder im Handbuch „Reifen, Räder, Recht und mehr...“ unter dem Stichwort „Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit“ (auch online unter www.brw-bonn.de > Mitglieder Login > Handbuch > Stichwortverzeichnis) sowie auf der BRV-Website unter dem Menüpfad www.brw-bonn.de > Mitglieder Login > Downloads > Arbeitssicherheit. Weiterführende Informationen geben die Berufsgenossenschaften und Sicherheitsfachkräfte wie Herr Kömeling.

Zitat

„Jeder fünfte Unfall ist organisatorischer Art. Da klettern Mitarbeiter auf Regale, um von ganz oben etwas herunterzuholen. Man könnte meinen, das sei Leichtsinn. In Wirklichkeit liegt der Fehler aber oft im System, weil eine vernünftige Leiter fehlt.“

(Dr. Hans-Henning Spendlin, Leiter Arbeitssicherheit im Continental-Konzern, in einem Interview der Mitarbeiterzeitschrift **contiintern**)

Betriebliche Weiterbildung

Firmen investieren in Wissen

Noch nie haben Firmen und Beschäftigte so viel Geld und Zeit für die betriebliche Weiterbildung aufgewendet wie im vergangenen Jahr. Das belegt die vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln vorgelegte „IW-Weiterbildungserhebung 2014“, für die 1.845 Unternehmen befragt wurden. In diesen Unternehmen waren Ende 2013 insgesamt rund 1,54 Millionen Beschäftigte inklusive Auszubildende oder gut fünf Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland angestellt.

Weitere Ergebnisse der aktuellen Weiterbildungserhebung, die das IW regelmäßig im Abstand von drei Jahren realisiert: Im Jahr 2013 gaben 86 Prozent der Unternehmen ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, sich weiterzubilden; das waren so viele wie nie zuvor und knapp 3 Prozentpunkte mehr als bei der vorangegangenen Befragung für 2010. Insgesamt investierten Unternehmen 33,5 Milliarden Euro in Weiterbildung – ein Plus von 16 Prozent gegenüber 2010. Das entspricht pro Mitarbeiter im Schnitt 1.132 Euro. Damit erreichten sowohl die Beteiligung der Firmen als auch die Ausgaben für die betriebliche Weiterbildung einen neuen Höchststand, berichtet das Institut.

Es wird aber nicht nur mehr Geld, sondern auch mehr Zeit für die betriebliche Weiterbildung aufgebracht. So nahm

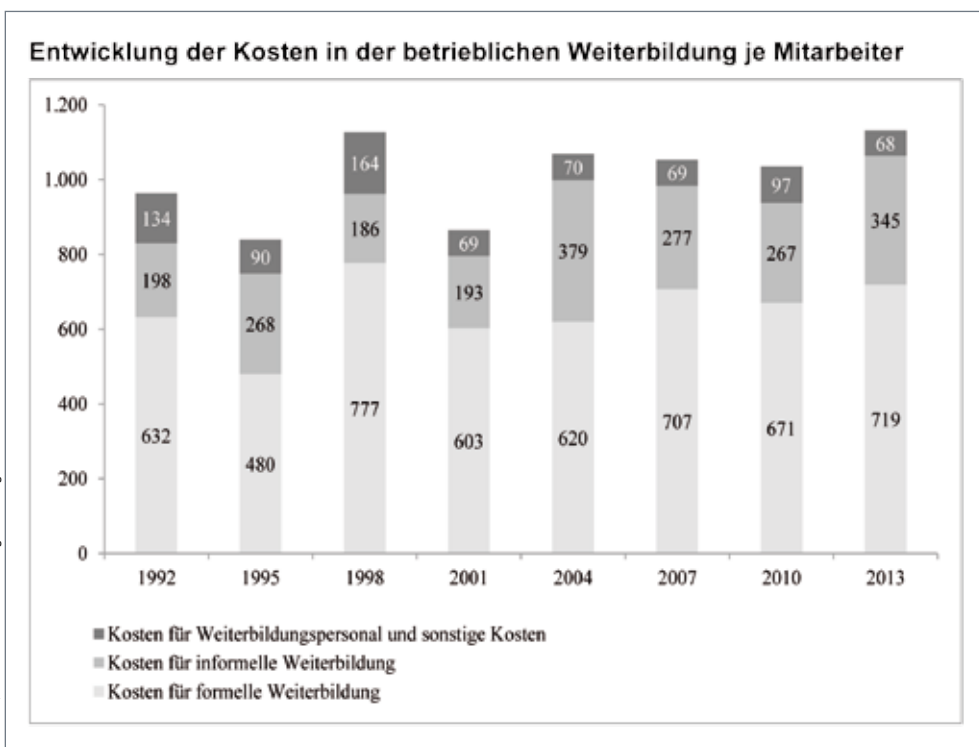
2013 jeder Mitarbeiter im Schnitt 32,7 Stunden an Lehr- und Informationsveranstaltungen teil. Das waren 11 Prozent mehr als im Jahr 2010. Etwa ein Drittel der Weiterbildung entfällt dabei auf die Freizeit der Beschäftigten.

Gründe für den Positivtrend sind laut IW-Analyse die deutlich gestiegene Beschäftigung und die verstärkte Weiterqualifizierung bereits beschäftigter Mitarbeiter. Von ihrem Weiterbildungsengagement erwarteten die Unternehmen vor allem einen größeren Geschäftserfolg und die Sicherung ihrer Innovationsfähigkeit. Weitere Motive seien der Wettbewerb um Fachkräfte, die Verbesserung von Arbeitszufriedenheit und Motivation der Mitarbeiter sowie die Pflege der eigenen Arbeitgebermarke („Employer Branding“).

„Die Bereitschaft der Unternehmen, Zeit und Geld in Weiterbildung zu investieren, wird zweifelsohne belohnt“, analysierte IW-Direktor Prof. Dr. Michael Hüther anlässlich der Präsentation der Umfrageergebnisse im Dezember letzten Jahres. „Die Etablierung einer Weiterbildungskultur stellt zwar einen längerfristigen Prozess dar, der einiges an finanziellen Mitteln und planerischem Aufwand erfordert. Doch es gibt Hinweise darauf, dass Unternehmen, die über eine etablierte Weiterbildungskultur verfügen,

seltener Probleme bei der Stellenbesetzung als andere haben. Dies trifft vor allem auf die Rekrutierung von Personen mit abgeschlossener Berufsausbildung zu.“

Soweit die gesamtdeutschen und branchenübergreifenden Ergebnisse aus der Umfrage des Kölner Instituts. Und jetzt kommt die Gretchenfrage an alle BRV-Mitglieder, die im Hinblick auf den auch in unserer Branche schon spürbaren Fachkräftemangel nicht ganz unwichtig ist: Kann Ihr Unternehmen mit den erhobenen Positiv-Trends Schritt halten?



1.132 Euro Weiterbildungskosten pro Mitarbeiter: Das ist der höchste Gesamtdurchschnitt an Investitionen in den vergangenen 20 Jahren.

Neue Trainingswerkstatt

A.T.U steckt Geld in die Weiterbildung



„Mit der neuen Trainings-Werkstatt möchten wir ein Zeichen setzen und deutlich machen, wie entscheidend der einzelne Mitarbeiter vor Ort in jeder A.T.U-Filiale ist“, sagt A.T.U-Chef Norbert Scheuch.

Etwa eine Million Euro hat die Fachmarktkette A.T.U in die Komplett-Modernisierung und technische Ausrüstung ihrer neuen Trainings-Werkstatt investiert, die Ende letzten Jahres eröffnet wurde.

Nur einen Steinwurf entfernt von der Unternehmenszentrale in Weiden (Oberpfalz) werden Mechatroniker, Techniker und Kfz-Meister in rund 2.500 verschiedenen Schulungen pro Jahr für die rund 630 nationalen und internationalen A.T.U-Werkstätten fit gemacht. „Ziel ist es, unsere Mannschaft konsequent zu markenunabhängigen Kfz-Spezialisten aus- und weiterzubilden. Das Auto entwickelt sich permanent weiter, also müssen wir das auch tun“, so Norbert Scheuch, Vorsitzender der A.T.U-Geschäftsführung.

Herzstück der kompletten Neuausrichtung des Trainingszentrums ist die Marke A.T.U und die Leidenschaft für Autos. „Wir wollten weg von einer rein funktionalen, nüchternen Gestaltung hin zu einem echten Wow-Effekt. Training soll Spaß machen – das ist die Botschaft, die wir auf 1.600 Quadratmetern transportieren“, erläutert das Darmstädter Architekten-Team Stephanie Still und Ingo Haerlin von

der Firma „Design in Architektur“, das für die Komplett-Modernisierung beauftragt wurde. Daher wurde neben neuem technischen Equipment auch die ein oder andere Finesse platziert: Autositze als Bestuhlungsvariante, Lenkräder als imposante Wanddekoration und Autolampen für die stilechte Beleuchtung. Beton, Holz, Stahl und viel Glas sorgen zudem für eine offene Atmosphäre.

„Mit der neuen Trainings-Werkstatt möchten wir ein Zeichen setzen und deutlich machen, wie entscheidend der einzelne Mitarbeiter vor Ort in jeder A.T.U-Filiale ist. Als Dienstleistungsunternehmen sind wir nur dann erfolgreich, wenn wir es schaffen, Kunden zu begeistern. Und das wiederum kann uns nur mit Hilfe unserer Mitarbeiter gelingen“, fasst A.T.U-Chef Norbert Scheuch zusammen. Und in diese Mitarbeiter wird jetzt kräftig investiert.

Zitat

„Das Auto entwickelt sich permanent weiter, also müssen wir das auch tun.“

(Norbert Scheuch, Vorsitzender der A.T.U-Geschäftsführung)



Komplett modernisiert: A.T.U-Trainingswerkstatt am Firmenstandort Weiden (Opf.).

Abbildungen: A.T.U

Reifenmonat März der IRQ

Mit aller Kraft Richtung Umrüstsaison

Die Initiative Reifenqualität – „Ich fahr auf Nummer sicher!“ (IRQ) hat sich für das Frühjahr ein wichtiges Ziel gesteckt: Alle Autofahrer sollen ihre Reifen im Frühjahr von Experten wechseln lassen.

Dazu startet im Reifenmonat März eine breit angelegte Kampagne, die die Autofahrer auf die Notwendigkeit des Umrüstens hinweist. Zusätzlich wird über weitere Sicherheitsmerkmale am Reifen, wie beispielsweise die empfohlene Mindestprofiltiefe für Sommer- und Winterreifen, informiert. Auch wird aufgegriffen, dass Ganzjahresreifen oder das Abfahren von Winterreifen im Sommer keine Lösung sind.

Deutschlandweit werden Autofahrer durch folgende Maßnahmen auf den bevorstehenden Reifenwechsel aufmerksam gemacht:

- Sonderausgabe der AutoBild mit 30.000 kostenlosen Exemplaren für den Handel,
- Spiegel- bzw. Lenkradanhänger an Prüfstützpunkten von DEKRA und KÜS,
- Plakate an Waschstraßen und Tankstellen,

- Presseinformationen und Funkbeiträge zum Thema Reifenwechsel,
- Verteilung von Informationen zu Reifensicherheit über Verkehrswachten und Veranstalter von Fahrsicherheitstrainings.

Die Initiative Reifenqualität setzt damit alle Hebel in Bewegung, damit Autofahrer ihre Reifen wechseln lassen und entsprechend sicher unterwegs sind. Jeder einzelne Fachhändler profitiert von dieser Arbeit.



Infobox

Werden Sie aktiv!

Die Initiative Reifenqualität stützt mit ihrer Arbeit den gesamten Fachhandel. Zusätzlich können Sie profitieren, wenn Sie AutoBild-Hefte kostenlos bestellen – es wird nur eine Versandpauschale fällig – oder Aktionsmedien ordern. Besuchen Sie dazu einfach die Website der Initiative: www.reifenqualitaet.de/haendler.

Prüfen Sie die Reifenprofiltiefe

Winterreifen im Winter!

- Für eine gute Haftung bei Winterreifen mind. 4 mm Profiltiefe.
- Winterreifen erkennt man u.a. an den Lamellen, feinen Einschnitten im Profil.
- Als Faustregel gilt: „Winterreifen von Oktober bis Ostern“

Sommerreifen im Sommer!

- Mindestens 3 mm Profil schützen vor Aquaplaning.
- Sommerreifen mit mind. 3 mm Profil sorgen für einen optimalen Bremsweg auf trockener und regennasser Straße.
- Von Ostern bis Oktober ist Sommerreifenzeit.

Die Profiltiefenampel fasst zentrale Botschaften des „Reifenmonat März“ zusammen: „Sommerreifen im Sommer, Winterreifen im Winter!“ und die entsprechende Profiltiefe, die diese Reifen haben sollten.

Old- und Youngtimerreifen

Radialreifen für 70er-Schätzchen



Spezialist für Old- und Youngtimerreifen: HKT in Kempten/Allgäu.

So mancher Autofan bekommt glänzende Augen, wenn er sein Fahrzeug aus den 1970er Jahren zu Gesicht bekommt: Ford Capri oder Escort, Opel Ascona, Kadett oder Manta, BMW 02er-Serie, Renault Alpine oder andere „70er-Schätzchen“. Für die Halter allerdings ist das Eigentum an solchen – oder noch älteren – Fahrzeugen nicht nur mit Freude verbunden, denn die Beschaffung der trotz liebevoller Pflege doch ab und zu benötigten Verschleißteile erweist sich nicht selten als Problem. Reifen sind da keine Ausnahme, doch das in Kempten/Allgäu ansässige Unternehmen HKT Hannes Kuhn Technik, Tires, Training macht den Liebhabern von Automobilen längst eingestellter Baureihen das Leben etwas leichter.

Seit Herbst 2014 vertreibt HKT beispielsweise europaweit exklusiv den Reifen 235/60 VR 13 94V, The Blockley Radial HKT '69er', der auf die oben genannten Modelle der 70er-Jahre passt. „Nach langen und erfolglosen Verhandlungen mit der deutschen Reifenindustrie“, wie HKT-Inhaber Hannes Kuhn sagt, ist es ihm gelungen, einen solchen Reifen von seinem britischen Partner Julian Majzub bauen zu lassen, der unter der Marke Blockley Tyres selbst entwickelte Reifen für Old- und Youngtimer auf den Markt bringt. Majzub selbst ist, wie jüngst in einem Portrait in Auto Bild Klassik (Ausgabe 1/2015) nachzulesen war, von Autos und speziell Oldtimern begeistert, fährt selbst Rennen und hat als gelernter Ingenieur die Reifenproduktion vor etwa 15 Jahren aufgenommen, nachdem er die Erfahrung gemacht hatte, dass „die etablierten Hersteller kein Interesse an Vorkriegsreifen“ hatten (Zitat aus Auto Bild Klassik). Für einen Oldtimer, der im Zuge der Restauration dringend neue Reifen brauchte, fand er nichts Passendes auf dem Markt und nur ein etablierter Hersteller machte ein „Hau-ab-Angebot“ für deren Spezialanfertigung. „Die wollten mir einen Satz machen, aber für einen Preis, dass ich dachte: Für so viel Geld kann ich mir die Reifen selbst herstellen. Und andere haben auch was davon.“, zitiert die Oldtimerzeitschrift. Dank dieser Einstellung kann HKT jetzt eben auch die Nachfrage nach Reifen für 1970er-Modelle be-

dienen. (Den gesamten Artikel aus der Auto Bild Klassik finden Interessenten auch unter www.reifen-technik.eu).

Doch auch Hannes Kuhn, selbst begeisterter Klassikfahrzeug-Fahrer, setzt mit seinem Unternehmen Projekte um, von denen Gleichgesinnte profitieren. Seit dem vergangenen Sommer gibt es eine Reifensuchmaschine für Old- und Youngtimer – ähnlich

den bekannten „Tiremanager“ oder „Cokis“ für Neufahrzeuge –, die HKT in Zusammenarbeit mit dem Hersteller Apollo Vredestein realisiert hat. Unter <http://klassik.vredestein.de> oder <http://www.reifen-technik.eu> ist die Datenbank für historische Fahrzeuge zu finden, die auch Aufschluss über Umrüstmöglichkeiten von Diagonal- auf Radialreifen gibt und ständig aktualisiert wird.

Als Vulkaniseurmeister beschäftigt sich der HKT-Inhaber seit 1975 hauptberuflich mit Rädern und Reifen, wobei er bekannt: „Old- und Youngtimerreifen – das ist meine Passion, mit oder ohne Weißwand.“ Kontakte zu namhaften Herstellern und Partnern in der Klassikfahrzeugszene – sowohl in Deutschland als auch im europäischen Ausland und in Übersee – helfen ihm bei der Beschaffung von Reifen und Rädern für Vintage, Veteranen, Klassiker und die immer größer werdende Anzahl an Youngtimern. Neben radialen und diagonalen Oldtimerreifen aller namhaften Hersteller, Youngtimer- und Vintage-Reifen, historischen Rennreifen (z.B. Blockley) und Weißwandreifen in unterschiedlichen Weißwandbreiten gehören auch Replika-Felgen zu seinem Portfolio. „Vom Zweirad bis zum Traktor, es gibt nur wenige Fahrzeuge, für die keine Bereifungslösung zu finden ist“, sagt Kuhn. „Mit etwas Zeit sind die meisten Wünsche zu erfüllen.“

Mehr Infos und Kontakt: www.reifen-technik.eu, E-Mail hkt@reifen-technik.eu.



Reifen für die 70er-Schätzchen: der 235/60 VR 13 94V The Blockley Radial HKT '69er'.

Abbildungen: HKT

ADAC-Autokostenindex

Autofahren ist 2014 billiger geworden

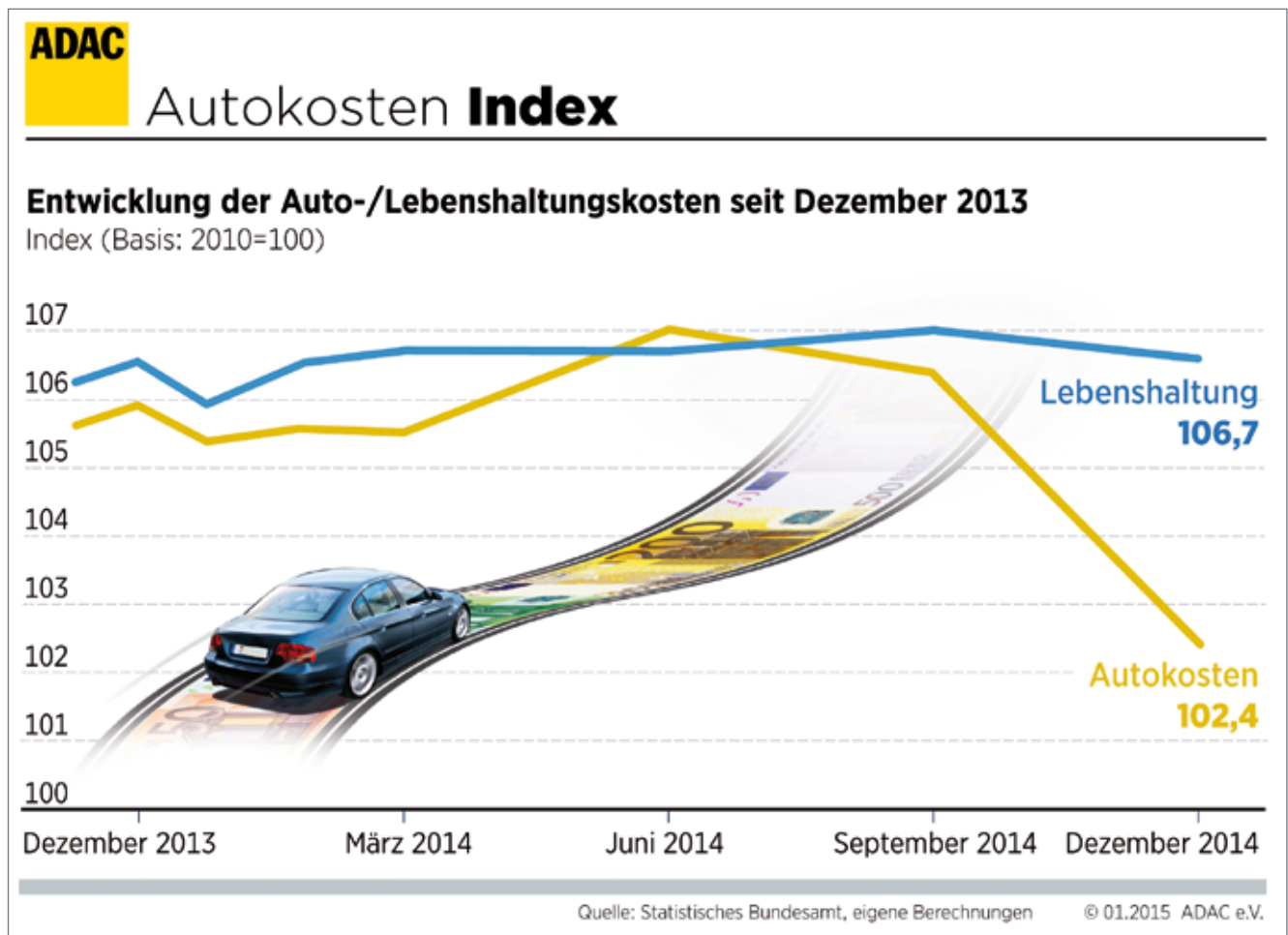


Abb.: ADAC

ADAC-Autokostenindex 2014: Sinkende Kraftstoffpreise haben insgesamt für einen Rückgang der Autokosten gesorgt.

Die Preise für die Anschaffung und den Unterhalt von Kraftfahrzeugen sind im Jahresdurchschnitt 2014 gegenüber dem Vorjahr um 0,8 Prozent gesunken. Diese aus Sicht der Autofahrer erfreuliche Entwicklung ist auf den deutlichen Rückgang der Kraftstoffpreise zurückzuführen, welche sich gegenüber 2013 im Jahresmittel um 4,4 Prozent verbilligten. Um 0,9 Prozent gestiegen sind im vergangenen Jahr indes die Kosten für die allgemeine Lebenshaltung. Dies ist das Ergebnis des aktuellen Kraftfahrerpreis-Index vom Januar 2015, den der ADAC und das Statistische Bundesamt vierteljährlich veröffentlichen. Alle Indizes wurden letztmals für das Jahr 2010 auf den Basiswert 100 gesetzt. Seitdem wurde Autofahren um 2,4 Prozent teurer, die Lebenshaltungskosten aller privaten Haushalte stiegen um 6,7 Prozent.

Noch deutlicher fällt der Vergleich der Teuerungsraten vom Dezember 2014 mit den Werten des Vorjahresmonats

aus. Der Kraftfahrer-Preisindex lag in diesem Monat um 3,3 Prozent unter dem Wert vom Dezember 2013. Wie nicht anders zu erwarten, war der massive Rückgang der Spritpreise hierfür verantwortlich. Die Preise für Benzin und Diesel sanken zwischen Dezember 2013 und Dezember 2014 um 12,1 Prozent und waren mit 97,5 Punkten im Januar sogar um 2,5 Prozent günstiger als 2010. Ein leichtes Plus von 0,2 Prozent war im Dezember 2014 dagegen bei den allgemeinen Lebenshaltungskosten zu verzeichnen.

Während die Kraftstoffpreise maßgeblich für die Entspannung sorgten, bremsten andere Faktoren, die ebenfalls in die Berechnung einfließen, die insgesamt positive Entwicklung. So stiegen beispielsweise die Anschaffungskosten für Neuwagen um 0,6 Prozent, die für Motorräder um ein Prozent. Die Kosten für Führerscheinegebühr und Fahrschulen erhöhten sich binnen Jahresfrist um 2,1 Prozent, die Ausgaben für Reparaturen und Inspektionen sogar um 2,9 Prozent.

Kfz-Zulassungen

Europaweit Wachstum, doch Minus in Deutschland

Die Anzahl der Kfz-Neuzulassungen soll dieses Jahr europaweit um durchschnittlich 1,1 Prozent auf erwartete knapp 12,7 Mio. Fahrzeuge wachsen. Das berichtete die Fachzeitung automobilwoche Mitte Januar unter Berufung auf die aktuelle Prognose des europäischen Kfz-Verbandes CECRA. Während neben Irland (+13,9 Prozent), Griechenland (+ 12,7 Prozent), Zypern und Ungarn (+11,8 bzw. +11,1 Prozent) auch für Spanien – den fünftgrößten Markt innerhalb der EU – mit deutlichem Zuwachs (+9,8 Prozent) gerechnet wird, prognostiziert die CECRA für Deutschland ein Minus von 2,5 Prozent auf „nur noch“ 2,96 Mio. Pkw-Neuzulassungen. Da es sich hierbei um „das Schwergewicht unter den Märkten“ in Europa handelt, bedeutet die aktuelle Prognose für die EU gesamt trotz positiven Vorzeichens einen deutlichen Wachstumsrückgang. Im vergangenen Jahr hatte sich laut automobilwoche innerhalb der europäischen Union ein Zulassungsplus von 5,7 Prozent ergeben.

Der Zentralverband des Deutschen Kraftfahrzeuggewerbes geht vom einem insgesamt „etwas schwächeren Automobiljahr“ 2015 aus. Bei den Neuzulassungen seien im kommenden Jahr rund 2,95 Millionen Einheiten denkbar, veröffentlichte der ZDK eine Prognose Mitte Dezember 2014. Der Gebrauchtwagenmarkt könne auf leichte Belebung hoffen, so dass in 2015 rund sieben Millionen Besitzumschreibungen möglich seien. Das Werkstattgeschäft dürfte laut ZDK-Hochrechnung im Jahr 2014 leicht unter dem Vorjahreswert abschließen und sich in 2015 auf diesem Niveau stabilisieren.



Abb.: Q-pictures/pixelio.de

Pkw-Markt 2015 in Deutschland: Insgesamt werden weniger Zulassungen erwartet, davon wird aber ein wachsender Anteil auf gewerbliche Kunden entfallen.

Indes berichtete Dataforce, das führende Marktforschungs- und Beratungsinstitut für den deutschen und internationalen Flottenmarkt, dass das Segment der Firmenkunden (gewerbliche Neuzulassungen ohne Zulassungen auf Fahrzeugbau, -handel und Autovermieter) im vergangenen Jahr mit fast einem Fünftel Anteil aller Pkw-Neuzulassungen in den EU-5-Ländern an Bedeutung gewonnen hat. Der Privatmarkt sowie die Sondereinflüsse konnten zwar ebenfalls ihr jeweiliges Neuzulassungsvolumen steigern, aber die Zuwächse fielen mit +3,8 bzw. +3,0 Prozent im Berichtszeitraum vergleichsweise nur sehr moderat aus.

In Deutschland kam der Flottenmarkt Pkw über das Gesamtjahr 2014 hinweg auf über 715.000 Neuzulassungen und steigerte sich damit im Vergleich zu 2013 um 9,3 Prozent. Nur in 2011 wurden mit 719.450 Pkw noch mehr Neuzulassungen auf Flotten vorgenommen, analysiert Dataforce. In Bezug auf seinen Anteil am Gesamtmarkt markierte das Flottengeschäft 2014 mit 23,6 Prozent einen neuen Spitzenwert.

Dataforce erwartet, dass sich der Relevante Flottenmarkt weiterhin dynamisch entwickeln wird und mittelfristig auch die Rekordmarke aus dem Jahr 2011 hinter sich lassen kann. Obwohl nach dem sehr guten Ergebnis aus 2014 der Ersatzbedarf 2015 etwas geringer ausfallen wird, prognostiziert der automobiler Marktforschungsspezialist für 2015 ein überdurchschnittliches Volumen im Flottengeschäft nahe der 700.000er Marke.

Infobox



Nach Angaben des Kraftfahrt-Bundesamtes wurden 2014 in Deutschland 3,04 Millionen Pkw neu zugelassen; das entspricht einem Plus von 2,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auf dem Nutzfahrzeugmarkt lagen nur die Busse mit einem Minus von 3,0 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Lastkraftwagen (+4,1 Prozent) und Zugmaschinen (+3,3 Prozent) schlossen das Jahr mit einem Plus ab. Motorräder und Kraftroller überboten mit 148.849 Neuzulassungen das Ergebnis von 2013 (138.632 Stück) um knapp 7,4 Prozent und damit deutlich.

DEKRA-Umfrage

Reifendruck ist noch immer ein Stiefkind



Abb.: DEKRA

Jeder vierte Autofahrer prüft den Reifendruck lediglich einmal pro Halbjahr beim Reifenwechsel: Ergebnis einer aktuellen Umfrage der DEKRA.

Die Autofahrer in Deutschland prüfen den Reifendruck am Auto viel zu selten, warnte kürzlich die DEKRA. Einer aktuellen Umfrage der Prüf- und Überwachungsorganisation zufolge kontrolliert jeder vierte Autofahrer (25 Prozent) den Reifendruck lediglich einmal pro Halbjahr beim Reifenwechsel. Mehr als jeder Zweite (57 Prozent) greift vor längeren Fahrten, beispielsweise vor der Urlaubsfahrt, zum Reifenfüllgerät. Nur 20 Prozent checken den Druck bei jedem Tankstopp.

Nur halbjährlich zu kontrollieren bedeute ein erhebliches

Sicherheitsrisiko, warnte Christian Koch, Reifensachverständiger bei DEKRA, im Hinblick auf die Umfrageergebnisse und empfahl, den Reifendruck etwa alle zwei Wochen zu prüfen und im Bedarfsfall anzupassen.

An der Umfrage nahmen 1.100 Personen teil, die zur Hauptuntersuchung an eine DEKRA-Niederlassung kamen. Dabei stellte sich heraus: Vor allem Frauen und junge Autofahrer sollten häufiger an die Reifendruckkontrolle denken. Von ihnen prüft rund jeder Dritte (Frauen: 31 Prozent/Fahrer bis 25 Jahre: 35 Prozent) den Reifendruck nur halbjährlich oder gar jährlich. Angesichts der Umfragezahlen stellt nach Meinung der DEKRA-Experten das seit 1. November 2014 für neu zugelassene Pkw und Wohnmobile vorgeschriebene Reifendruckkontrollsystem (RDKS) einen deutlichen Sicherheitsgewinn dar. Auch 84 Prozent der Befragten bewerteten das System positiv.

Weitere interessante Ergebnisse: Beim Reifenkauf zeigen sich die Autofahrer qualitätsbewusst. Vier von fünf (82 Prozent) greifen für gute Fahreigenschaften auch tiefer in die Tasche. Dagegen spielt für nur 18 Prozent ein niedriger Preis beim Reifenkauf die Schlüsselrolle. Auffallend hoch ist hier der Anteil der jungen Autofahrer bis 25 Jahre (27 Prozent).

Von allen Befragten hatte jeder Zweite (51 Prozent) schon einmal eine Reifenpanne.

EU-Studie

Wettbewerb im Teile-Ersatzmarkt ist gefährdet

Die EU-Kommission hat kürzlich eine Studie zu den Auswirkungen der „Euro 5/6“-Verordnung für Pkw vorgelegt, die insbesondere Aspekte des Zugangs unabhängiger Marktteilnehmer zu den Reparatur- und Wartungsinformationen der Fahrzeughersteller untersucht. Die Untersuchung bestätigt eine Gefährdung des Wettbewerbs im Kfz-Ersatzteil- und Servicemarkt. Das meldete im Dezember letzten Jahres der Gesamtverband Autoteile-Handel (GVA), dessen Mitglieder sich auf Einladung der EU-Kommission zahlreich an der entsprechenden branchenweiten Befragung beteiligt hatten.

Die „Euro 5/6“-Verordnung (EG) Nr. 715/2007, deren Auswirkungen im Auftrag der EU-Kommission durch das Be-



GVA-Präsident Hartmut Röhl: Die Studie belegt, dass der freie Kfz-Teilehandel durch die mangelnde Umsetzung der Euro 5/6-Verordnung an Wettbewerbsfähigkeit verliert.

Abb.: GVA

ratungsunternehmen Ricardo-AEA untersucht wurden, enthält für den Kfz-Teile- und Servicemarkt essentielle Vorschriften über den Zugang unabhängiger Marktteilnehmer zu den Reparatur- und Wartungsinformationen der Fahrzeughersteller für Pkw (und leichte Nutzfahrzeuge), die seit 2009 typgenehmigt wurden. Die Fahrzeughersteller müssen demnach unabhängigen Marktteilnehmern über das Internet mithilfe eines standardisierten Formats uneingeschränkten und standardisierten Zugang zu Reparatur- und Wartungsinformationen auf leicht und unverzüglich zugängliche Weise gewähren.



Die Umsetzung der Euro 5/6-Verordnung läuft für den Kfz-Teile-Ersatzmarkt noch nicht rund: Ergebnis einer aktuellen Studie der EU-Kommission.

Abb.: Schmitt/pxivlo.de

Die EU-Studie aber zeigt diesbezüglich Probleme unabhängiger Marktteilnehmer entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Kfz-Aftermarket auf: Da die Fahrzeughersteller ihren entsprechenden Pflichten gemäß „Euro 5/6“ nicht nachkommen, sind zum Beispiel bei den Teiledistributoren Mehrfachteilebestellungen oder hohe Rücksendequoten aufgrund von Fehllieferungen an der Tagesordnung.

„Die Studie belegt, dass der freie Kfz-Teilehandel dadurch an Wettbewerbsfähigkeit verliert“, erläutert GVA-Präsident Hartmut Röhl. „Servicebetriebe sind auf eine zeitnahe Belieferung mit dem passenden Ersatzteil angewiesen, sonst wenden sie sich von ihrem Lieferanten ab. Sie bestellen dann vermehrt beim Fahrzeughersteller, der ihnen gesichert eine eindeutige Teileidentifikation bieten kann. Nur leider sind diese Teile oftmals teurer als die des freien Marktes, was letztlich zu höheren Preisen für die Verbraucher führt.“

Auch weitere unabhängige Marktteilnehmer, etwa Hersteller von Mehrmarkendiagnosegeräten, Katalogdienstleister oder Anbieter von Schulungen, werden der Studie zufolge durch Fahrzeughersteller verschiedentlich an einer rentablen Ausübung ihrer Tätigkeit gehindert. So identifiziert die Untersuchung beispielsweise Hindernisse wegen fehlender Zeitnähe und mangelnder Vollständigkeit der zur Verfügung gestellten Informationen. Des Weiteren sind vor allem Datenpublisher beim Zugang zu Wartungs- und Reparaturinformationen der Fahrzeughersteller von belastenden Vertragsklauseln, massivem Mehraufwand durch verschiedene Datenformate und hohen Gebühren betroffen. Selbst Werkzeugherstellern werden von den Fahrzeugherstellern nahezu unüberwindbare Hürden beim Datenzugriff auferlegt.

Der Bericht liefert konkrete Empfehlungen zur Revision der EU-Rahmenrichtlinie für die Typgenehmigung: In ergänzenden Leitlinien sollen spezifische Aspekte der Verordnung etwa bezüglich des Datenformats, der Qualität der Information und der Angemessenheit der Gebühren sowie der Vertragsklauseln näher definiert werden. Zwecks besserer Durchsetzbarkeit wird ein harmonisiertes System für Untersuchungen, Beschwerden und Sanktionen sowie die Errichtung eines eigenen Kontrollorgans zur Überwachung der Einhaltung der Verpflichtungen zur Weitergabe von Reparatur- und Wartungsinformationen gemäß „Euro 5/6“-Verordnung empfohlen. Verbandspräsident Röhl zeigt sich zufrieden: „Der GVA fordert seit langem, dass die EU-Kommission die Pflicht der Bereitstellung technischer Informationen durch die Fahrzeughersteller in den einheitlichen europäischen Rechtsrahmen zur Typgenehmigung von Fahrzeugen aufnimmt. Mit der vorliegenden Studie hat der Gesetzgeber eine weitere klare und fundierte Handlungsaufforderung dafür erhalten.“



HANDELN FÜR WETTBEWERB
Gesamtverband Autoteile-Handel

ALCAR-Hochregallager

Platz für 700.000 Räder



49 Meter breit, 100 Meter lang, 24 Meter hoch und rund 15 Mio. Euro teuer: das neue Hochregallager von ALCAR.

Es ist 49 Meter breit, 100 Meter lang, 24 Meter hoch und in seinem Inneren regiert das blanke Chaos. Die Rede ist vom neuen, für 15 Mio. Euro errichteten Hightech-Hochregallager der ALCAR-Gruppe in Balve, Nordrhein-Westfalen. Dort warten bis zu 700.000 Pkw-Räder der Marken AEZ, DOTZ, DEZENT, ENZO, DOTZ SURVIVAL und ALCAR STAHLRÄDER auf die Kommissionierung bzw. die Auslieferung zu den Handelspartnern in ganz Europa. „Gerade zu den besonderen Stoßzeiten im Herbst und Frühjahr muss es hier sehr schnell gehen“, erläutert ALCAR Deutschland Geschäftsführer Klaus Küfer, unter dessen Supervision dieses Großprojekt nach eineinhalb Jahren Bauzeit Ende November letzten Jahres zu einem erfolgreichem Abschluss gekommen ist.

Die Logistik-Prämisse von ALCAR ist dabei, den Handel zu entlasten, indem man ihm die eigene Lagerhaltung weitgehend abnimmt und die Räder just in time liefert. Und nicht nur das: Auch das Thema RDKS wird in Balve schnell und unkompliziert gelöst. Der passende Sensor wird bei Bedarf ebenso wie die entsprechenden Gutachten den jeweiligen Rädern gleich beigelegt. All das wird mittels eines Kleinteile-Paternoster bewerkstelligt.

Dieser Service stellt allerdings hohe Ansprüche an die Lagerhaltung. Um die Fahrwege im Lager kurz und das Umschlagtempo hoch zu halten, ist das Gebäude nach dem Prinzip der sogenannten chaotischen oder auch dynamischen Lagerhaltung organisiert. Dabei wird bei der Bestückung der Palettenplätze kein bestimmtes System verfolgt, sondern einfach das nächstliegende der 17.280 „Fächer“ angesteuert. Nach diesem Verfahren arbeiten zum Beispiel auch führende Internet-Versandhäuser. Für den Rechner macht es dabei



Bei der Eröffnung des Lagers: Hubertus Mühling, Bürgermeister von Balve, sowie die ALCAR-Geschäftsführer Norbert Frohner und Klaus René Küfer (v.l.n.r.).

Abbildungen: ALCAR

keinen Unterschied, ob identische oder verwandte Produkte nebeneinander oder in gänzlich unterschiedlichen Ecken des Gebäudes stehen. Dank Kennzeichnung durch Barcodes ist der Standort jedes einzelnen Pakets für den Computer jederzeit nachvollziehbar. So gelingt in der Praxis eine rasend schnelle Auslieferung mit derzeit sechs Wareneingangsbändern. Pro Stunde können insgesamt bis zu 160 Paletten ein- und ausgelagert werden.

Ein paar Fakten verdeutlichen die beeindruckenden Ausmaße der 15-Millionen-Euro-Investition:

- Würde man alle gelagerten Räder aneinanderstellen, ergibt sich eine Strecke von mehr als 300 Kilometern.
- Die Umfänge aller Räder addieren sich auf mehr als 900 Kilometer – in etwa die Strecke von Flensburg bis München.
- Das Gewicht aller Räder ist größer als das der größten Tunnelbohrmaschine der Welt.
- Man bräuchte die Nutzlast von 280 40-Tonnen-Lkw, um das Lager komplett leerräumen zu können.
- Um alle Paletten zu fassen, bräuchte es 432 Güterwagen.
- Die Traglast aller Räder beträgt mehr als eine halbe Million Tonnen: genug, um einen Wolkenkratzer wie das Empire State Building darauf zu stellen.

Infobox



Einblicke in das neue ALCAR-Hochregallager bietet ein Film auf Youtube: <http://youtu.be/f80KhcckILM>

Tyre24

Online-Angebot um Kfz-Verschleißteile erweitert

Nach einer ausgiebigen Testphase ist das Produktportfolio auf der B2B-Plattform www.tyre24.de Ende letzten Jahres um den Bereich Kfz-Verschleißteile erweitert worden. Neben dem Angebot von knapp 1.000 Lieferanten im Bereich Reifen, Räder, Werkstatzubehör stehen jetzt zusätzlich die Bestände 3,5 Millionen verschiedener Kfz-Teile von mehr als 80 Lieferanten aus ganz Europa im Gesamtwert von 8,7 Milliarden Euro für die gelisteten Händler der Plattform zum Abruf bereit.

Das Verschleißteilemodul funktioniert wie die Reifensuche bei Tyre24. Die Lieferanten stellen ihre Artikel inklusive Preis, Lagerbestand und Lieferzeit auf dem Onlinemarktplatz ein. Die Käufer (Reifenhändler, Werkstätten, Autohäuser usw.) haben dann die Möglichkeit, sich den Lieferanten für die benötigten Verschleißteile auszusuchen. Sie können somit feststellen, welcher Lieferant ein bestimmtes Produkt zum besten Preis oder am schnellsten liefern kann. Tyre24 tritt auch in diesem Bereich nicht selbst als Verkäufer auf, sondern stellt lediglich das Werkzeug für den transparenten Verschleißteilehandel zur Verfügung.

Das Angebot von 3,5 Millionen unterschiedlichen Artikeln, die das gesamte Spektrum an Verschleiß- und Karosserieteilen für Pkw und Lkw abbilden, erhöht die Flexibilität des Anwenders bei der Suche nach Ersatzteilen und bietet den Plattformkunden somit einen kostenlosen Mehrwert. „Die Werkstatt hat in der Regel nicht die Möglichkeit, den Kontakt zu sehr vielen Lieferanten zu halten“, erläutert Michael Saitow, Geschäftsführer der Tyre24 Group. Über das neue Ersatzteilmul wird es für den Anwender wesentlich leichter, nun unter einer Vielzahl von Lieferanten das gesuchte Teil zu finden.

Der zentrale Punkt in der Suche nach dem Ersatzteil ist dessen eindeutige Identifizierung, die dem Anwender sehr leicht gemacht wird. Die Vielzahl der Daten zur Teileidentifikation beruht auf der Grundlage des Katalogsystems TecDoc, einem Zusammenschluss zahlreicher Automobilzulieferer, die das gesamte Spektrum der benötigten Verschleißteile abdecken können. Damit ist das Teilemodul sehr umfassend und zeigt über die Preislistung auch das jeweils günstigste Angebot.

Darüber hinaus bietet das Verschleißteilemodul bei Tyre24 einen sogenannten intelligenten Warenkorb: Das Modul ist in der Lage, den gesamten Einkauf auch unter Einbeziehung der Frachtkosten zu optimieren. Das kann sich besonders bemerkbar machen, wenn bei mehreren Lieferanten Ware bestellt wird, weil bei Bestellungen unter 100 Euro meist bei jedem in der

Bestellung enthaltenen Lieferanten Frachtkosten anfallen. Tyre24 berechnet dann, bei welchen Lieferanten die gleiche Ware zu einem niedrigeren Gesamtpreis geordert werden kann – um Frachtkosten zu minimieren.

Besonders stolz ist Rolf Beißel, Leiter Geschäftsbereich B2B bei Tyre24, auf die Funktion „Same Day Delivery“: „Durch mittlerweile über 80 nationale und internationale Lieferanten, die mit der Express- und Abholfunktion arbeiten, ist es sogar technisch möglich, die Bestellung noch am gleichen Tage auszuliefern.“



Mehr als nur Reifenplattform: Bei Tyre24 sind jetzt auch Kfz-Verschleißteile verfügbar.



Zur eindeutigen Identifizierung der Ersatzteile stehen im Verschleißteilmul von tyre24.de zwei Möglichkeiten zur Verfügung: Identifikation über das Fahrzeug oder Suche via Artikelnummer.

Abbildungen: Tyre24

AEOLUS Tyre

Auf dem Weg in die Weltmärkte

Im Rahmen der neuen Serie „BRV-Fördermitglieder stellen sich vor“ haben wir diesmal ein Interview mit Thomas Wohlgemuth geführt, dem Geschäftsführer von AEOLUS Tyre West-Europa, Rödermark.

T&F: AEOLUS Tyre ist seit dem vergangenen Jahr Fördermitglied im BRV. Was für ein Unternehmen ist AEOLUS und wie sieht das Produktportfolio aus?

T. Wohlgemuth: In diesem Jahr besteht das Unternehmen fünfzig (!) Jahre, es wurde 1965 noch unter dem Namen Henan Tyre gegründet. Heute firmieren wir als AEOLUS Tyre Co., Ltd. mit Sitz in Jiaozuo/Henan. Das Unternehmen gehört zum ChemChina Konzern und ist – gemessen an der Gesamtproduktion – einer der weltweit zehn größten Reifenhersteller in China. Im chinesischen Markt beliefern wir unter anderem den Nutzfahrzeugehersteller Dongfeng in der Erstausrüstung. Gemessen am Weltmarkt stehen wir derzeit auf Platz 23. Die Unternehmenszentrale, die gesamte Forschung & Entwicklung sowie die Produktionsstätten für Pkw-, SUV-, Lkw- und EM-Reifen befinden sich gleichfalls in Jiaozuo. Die gesamten Produktionsflächen befinden sich auf einem Areal von circa 625.000 m². Aeolus hat vor etlichen Jahren damit begonnen, Lkw- und EM-Reifen auf den fünf Kontinenten zu verkaufen und sich mit diesen Produkten weltweit einen ganz hervorragenden Ruf erarbeitet. Seit Ende der neunziger Jahre vertreiben wir bereits sehr erfolgreich unsere Lkw- und EM-Reifen in Europa. Mit der ACE Pkw-, SUV- und VAN-Produktgruppe haben wir in 2012 den Weg in die Weltmärkte begonnen. Von Deutschland aus steuern wir alle Vertriebs- und Marketingaktivitäten für Westeuropa.

T&F: Seit wann sind Sie auf dem deutschen Markt aktiv und wie ist Ihr Vertriebsmodell hierfür gestaltet?

T. Wohlgemuth: Wie gesagt haben wir in 2012 begonnen, Importeure für unsere Consumer Reifen zu gewinnen – heute sind wir in (fast) allen Märkten durch unsere Geschäftspartner präsent. Diese Partner sind mit ihren Organisationen die Basis unseres Vertriebs an den Fachhandel. Bisher haben wir den Aufbau bereits durch Vertriebs- und Marketingaktivitäten begleitet. Das derzeitige und erkennbare Wachstum werden wir ganz gezielt unterstützen und durch etliche europaweite Marketingpakete weiter festigen – wir wachsen organisch und alle an der Lieferkette Beteiligten generieren Rohertrag, darauf kommt es uns an! Masse kann jeder!

T&F: In den vergangenen Jahren war die Entwicklung des Reifenersatzgeschäftes in Deutschland nicht sehr vielverspre-



„Es ist möglich, Märkte = Kunden von chinesischen Produkten, sprich deren Qualität, zu überzeugen“: Thomas Wohlgemuth, Geschäftsführer AEOLUS TYRE West-Europa.

Abb.: Aeolus Tyre

chend; der Markt ist von Sättigung, hohem Wettbewerbsdruck und Preiskämpfen geprägt. Was reizt Sie trotzdem daran? Erwarten Sie für die kommenden Jahre eine Wende zum Besseren?

T. Wohlgemuth: Diese Entwicklung kommt für uns nicht überraschend – im Gegenteil. Wir haben die Märkte, die Handelslandschaft und vor allem die Marken und die Vertriebssituationen sehr genau analysiert. Was reizt uns – eine wichtige Frage – die Überzeugung, mit den Produkten und dem Konzept erfolgreich das/die gesetzte/n Ziel/e zu erreichen. Bis heute haben wir alle Etappenziele erreicht – manche früher als geplant. Das fordert und bestätigt uns an der richtigen Stelle: Es ist möglich, Märkte = Kunden von chinesischen Produkten, sprich deren Qualität, zu überzeugen. Für die Handelspartner steht ein Punkt ganz weit vorne, wenn nicht sogar an erster Stelle: Rohertrag!

T&F: Reifen aus China haben auf dem deutschen Markt nicht den allerbesten Ruf. Womit will und kann AEOLUS dazu beitragen, das Image langfristig zu verbessern?

T. Wohlgemuth: Lassen Sie mich den zweiten Teil Ihrer Frage zuerst beantworten – wir werden und wollen das „allgemeine“ Image nicht ändern – wir machen unsere Hausaufgaben, und das jeden Tag. Nun zum ersten Teil der Frage: Nicht nur auf dem deutschen Markt sind China-Produkte umstritten... diese Herausforderung war, ist und bleibt auch sicher in den nächsten Jahren ein Thema. Ich möchte deutlich machen, wie wichtig uns dieser Aspekt ist. Bereits in 2011/2012 hätte die Produktion der ACE-Produkte hochgefahren werden können – die Qualität war gut.

Sie war aber noch nicht auf dem Niveau, mit dem wir starten wollten. Die Entscheidung war sicher nicht einfach, aber grundlegend wichtig: Die Qualität wurde noch einmal gesteigert und erst dann – fast eine Saison später – haben wir mit dem Roll out begonnen und der Erfolg gibt uns recht.

T&F: Welche Argumente sollen/können den deutschen Reifenhandel davon überzeugen, Vertriebspartner für AEOLUS-Reifen zu werden?

T. Wohlgemuth: Eigentlich ganz einfach... Kundenzufriedenheit und Rotertrag... und wenn es nur so einfach wäre. Aber das sind zentrale Punkte, auf welche der Fachhandel achtet, der sich für Aeolus-Produkte entschieden hat.

T&F: Wie viele Partner haben Sie derzeit auf dem deutschen Reifenersatzmarkt?

T. Wohlgemuth: Das weiß unser Importeur, Herr Eugen Straub/Geschäftsführer der Reifen Straub GmbH – wir wachsen täglich und diese Arbeit im Tagesgeschäft leisten unsere Importeure. (Anm. d. T&F-Redaktion: Näheres hierzu siehe im Textkasten rechts.)

T&F: Welches sind Ihre qualitativen und quantitativen Ziele in punkto Marktpräsenz in Deutschland und Europa bis Jahresende und innerhalb der kommenden fünf Jahre?

T. Wohlgemuth: Beide Ziele sind untrennbare Elemente unserer Wachstumsstrategie! In 2015 werden wir einen gewaltigen und wichtigen Schritt in Richtung Qualitätsbeweis gehen und ich bitte um Verständnis, dass ich dazu hier und heute keine Details veröffentliche. Warten wir bis März und dann kann ich Ihnen dazu (fast) alles vorstellen.

T&F: Wo bekommen Interessenten weitere Infos?

T. Wohlgemuth: Für interessierte Fachhändler, die erst einmal „reinschnuppern“ wollen, steht unsere Website www.aeolus-europe.com zur Verfügung – mittlerweile in mehr als sieben Sprachen. Alle weiteren Fragen beantwortet das Team von Reifen-Straub Interessenten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Darüber hinausgehende Anfragen bitte ich ganz einfach an uns zu senden: info@aeolus-europe.com oder press@aeolus-europe.com.

Aeolus-Generalimporteur Eugen Straub

„Gut und günstig muss er sein, der Reifen“

Wir gaben die Frage nach der Anzahl der AEOLUS-Handelspartner in Deutschland an den Generalimporteur Pkw-Reifen der Marke für die D-A-CH-Region, Reifen Straub, weiter. „Um in einem stagnierenden, sogar leicht schrumpfenden Markt wachsen zu können, bedarf es besonderer Anstrengungen“, äußerte Geschäftsführer Eugen Straub dazu gegenüber T&F. „Mit einem speziellen Partner-Konzept konnten wir inzwischen eine untere dreistellige Zahl an Partnern gewinnen.“

Schon in der Dezember-Ausgabe 2014 des österreichischen Branchenmagazins AUTO & Wirtschaft hatte Reifengroß- und Einzelhändler Straub in einem Interview zu AEOLUS Stellung genommen: „Aeolus muss keinen Vergleich mit etablierten Marken scheuen, werden doch ein wesentlicher Vorteil der Exklusivität und ein deutlich besseres Preis-Leistungs-Verhältnis geboten“, so sagte er unter anderem. Und weiter: „Natürlich führen wir auch die bekannten A-Marken. Aber sind wir doch mal ehrlich, wer verdient hiermit noch auskömmliche Erträge? Und ist es wirklich so, dass die Verbraucher nur diese Marken tatsächlich wollen? Ein nicht unwesentlicher Teil der Verbraucher möchte nur von A nach B kommen. Wenn der Verkäufer durch eine freundliche Bedarfsanalyse die Wünsche und Bedürfnisse sauber herausarbeitet, dann hören wir immer wieder eine Aussage des Verbrauchers: ‚Gut und günstig muss er sein, der Reifen‘. Beides lässt sich bei der Marke Aeolus Tyres nachweisen. Und am Ende erhält der Händler auch noch seinen verdienten Gewinn.“

AEOLUS TYRES
Technology Meets Performance

CarSharing und automobile Märkte

Wenige Risiken, ein paar Chancen

CarSharing wird die automobile Welt nicht entscheidend verändern – zu diesem Schluss kommt eine Mitte Januar vorgelegte Gemeinschaftsstudie von TÜV Rheinland, FSP (Fahrzeugsicherheitsprüfung) und der Unternehmensberatung BBE Automotive. Unter dem Titel „CarSharing in Deutschland – Modeerscheinung oder Herausforderung für die Branche?“ hat die Kölner Beratungsgesellschaft den Entwicklungshorizont und wahrscheinliche Auswirkungen des „Autoteilens“ bis zum Jahr 2020 prognostiziert.

Grundlage der Studie sind unter anderem detaillierte Analysen des Anbieterspektrums, Recherchen in den relevanten Online- und Printquellen, Online-Befragungen in Städten mit CarSharing-Angeboten, Analysen anderer nationaler Befragungen zum Thema CarSharing, Befragungen der Anbieter von CarSharing-Leistungen, Expertengespräche, Analyse der Pkw-Bestandsdaten des Kraftfahrtbundesamts, Darstellung der Entwicklung der Pkw-Bestände in Metropolen und ausgewählten ländlichen Räumen sowie Analyse der Bevölkerungsdaten des Statistischen Bundesamtes. Auf Basis dieser Daten und Fakten kommt die BBE zu folgenden Schlüssen:

CarSharing liegt im Trend,

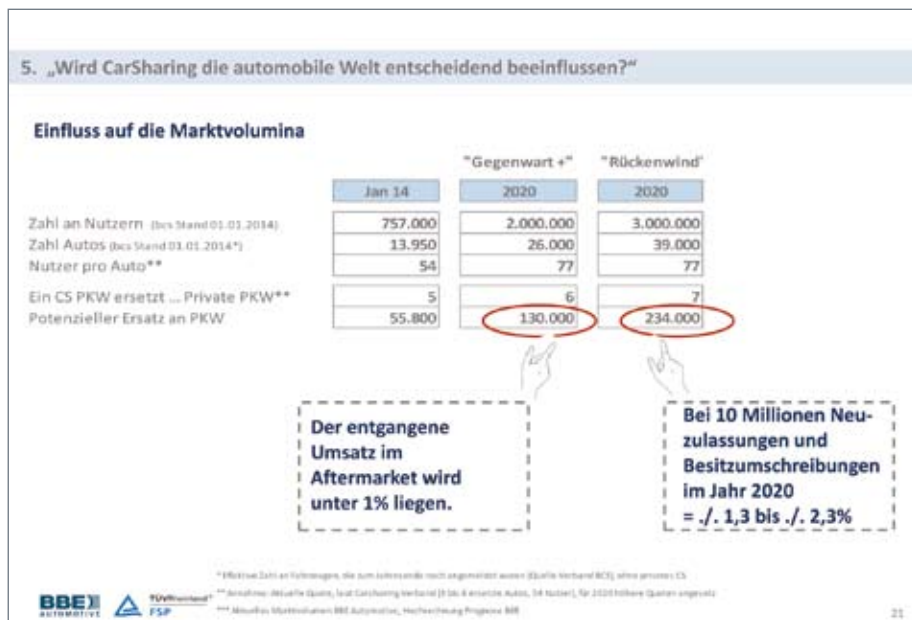
- ist als zusätzliche Mobilitätsalternative zwar mehr als eine Modeerscheinung, wird aber die automobile Welt vorerst nicht entscheidend beeinflussen;
- passt in die Lebenswelt der onlineaffinen Menschen, deckt aber nicht immer den individuellen Mobilitätsbedarf;
- wird als ergänzendes Mobilitätsangebot in der Nische präsent sein und weiter Interessenten finden.

CarSharing funktioniert nicht überall,

- kann nur in bestimmten Ballungsgebieten weiter wachsen;
- kann dort aber nur ergänzend wirken;
- kann derzeit keine garantierte und breite Mobilität sicherstellen.

Die Menschen wollen ein eigenes Auto,

- aktuell keine Verweigerung gegenüber dem eigenen Wagen nachweisbar – das gilt auch für Großstädte;



CarSharing liegt zwar im Trend, wird aber die automobile Welt nicht entscheidend verändern: Fazit einer aktuellen Gemeinschaftsstudie von TÜV Rheinland, FSP und BBE Automotive.

- für jüngere Verbraucher hat das Auto nicht mehr den Stellenwert der Vergangenheit;
- wenn auch zeitverzögert, werden junge Menschen weiterhin zum eigenen Pkw tendieren.

CarSharing wird die automobile Welt nicht entscheidend verändern,

- es sind keine gravierenden Marktveränderungen zu erwarten;
- für Fahrzeughersteller und auch Händler ergeben sich Chancen, potenzielle Kunden an das Produkt heranzuführen.

Interessant auch für den Reifenhandel: Bei einer Zahl von prognostiziert zwei beziehungsweise drei Millionen Nutzern mit 26.000 oder 39.000 „geteilten“ Fahrzeugen (je nach Szenario) wird CarSharing der Studie zufolge auch im Jahr 2020 den Aftermarket (Werkstatt- und Ersatzteilgeschäft) nur unwesentlich beeinflussen. Den entgangenen Umsatz durch gemeinschaftliche Kfz-Nutzung beziffert die Studie auf unter ein Prozent.

Für (Automobil-)Hersteller und Händler könnten sich durch CarSharing aber durchaus positive Aspekte ergeben: Begeisterung der Kunden für Marke, Modelle und Unternehmen; Sicherung der Kunden von morgen; neue Kooperationschancen; zusätzliche Wartungs- und Reparaturpotenziale erschließen sowie Interessenten an innovative Technologien heranführen.



THE TIRE
C O L O G N E

SHOW PROFILE

EMPOWERING THE ENTIRE BUSINESS

Köln, 29.05.-01.06.2018



THE TIRE

C O L O G N E

Die luxemburgische Wirtschaftsvereinigung Fedil hat Goodyear für seine Intellimax-Groove-Technologie bei Lkw-Reifen mit ihrem Innovationspreis 2014 in der Kategorie Effizienz ausgezeichnet, berichtete die Presseplattform Auto-Medienportal.Net Mitte Januar. Bei der Profilrillen-Technologie werden durch eine spezielle Herstellungsmethode „verborgene“ Profile in den Reifen eingearbeitet. Die erste Laufflächenkontur besitzt zwei umlaufende Profilrillen mit drei



Abb.: Auto-Medienportal.Net/Goodyear

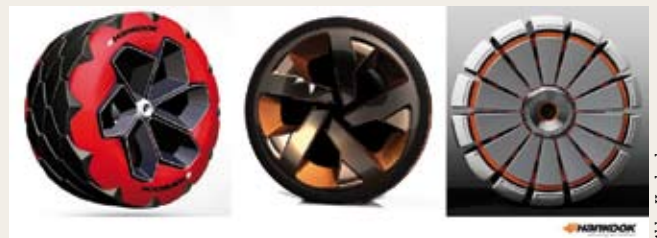
Kontaktrippen. Wenn sich der Pneu zu rund 50 Prozent abgenutzt hat, werden fünf neue Rillen mit sechs Rippen für die zweite Hälfte seiner Lebensdauer freigelegt. Nach einer Abnutzung von etwa 75 Prozent bleiben vier Kontaktrippen übrig. Dies gewährleistet, dass trotz Abnutzung des Reifens eine hohe Haftung und ein niedriger Rollwiderstand während seiner gesamten Lebensdauer aufrechterhalten bleiben. Goodyear hat Intellimax mit dem Fuelmax S (Abb.) eingeführt.

Seit Ende letzten Jahres bietet A.T.U in Kooperation mit dem Online-Marktplatz eBay einen neuen Kundenservice. Produkte des Autoteile-Fachmarkts können jetzt bei eBay bestellt und anschließend in einer A.T.U-Wunschfiliale abgeholt werden. Mit diesem „Click & Collect“-Angebot verknüpft A.T.U nach eigenen Angaben als erster Multichannel-Anbieter im Kfz-Zubehörhandel die Vorteile des Onlinehandels mit den Stärken des stationären Geschäfts von rund 630 Filialen. In einem ersten Schritt sind 25.000 verschiedene Artikel mit dem neuen Service verfügbar.

Hilfreich sei die Onlinebestellung mit anschließender Abholung in der Filiale besonders bei sperrigen Produkten wie zum Beispiel Reifen, weist das Unternehmen in seiner Pressemeldung zum neuen Service explizit hin. Diese könnten auch einfach und bequem direkt in der A.T.U-Meisterwerkstatt montiert werden. Der Autofahrer profitiere dann von Serviceangebot und Kompetenz der Meisterwerkstatt.



Zwölf „Reifen der Zukunft“ hat Hankook auf der letztjährigen Essen Motor Show präsentiert. Die futuristischen Modelle hatten Studenten des Master-Studiengangs Transportation Design an der Hochschule für Gestaltung, Technik und Wirtschaft in Pforzheim entworfen. Ein Semester hatten die hier immatrikulierten internationalen Nachwuchsdesigner Zeit, ihre Vorstellung neuer Reifenkonstruktionen auf der Grundlage ihrer eigenen Visionen zukünftiger Autos zu schaffen und als Skizzen und 3D-Computeranimationen zur Teilnahme an der „Hankook Tyre Design Challenge 2014“ einzureichen. Der im letzten Jahr zum vierten Mal ausgelobte Wettbewerb will die Entwicklung innovativer und kreativer Reifendesigns fördern und wird von dem koreanischen Reifenhersteller alle zwei Jahre in Kooperation mit einer anderen international führenden Universität veranstaltet, zuletzt 2012 mit der University of Cincinnati in den USA. Alle Ergebnisse des 2014er Wettbewerbs werden auf <http://zukunft.hankookevent.de> vorgestellt und erklärt.



Futuristische Designs: Die Sieger im Hankook-Hochschulwettbewerb 2014.

Abb.: Hankook

Mike Pöschl Fahrwerk & Reifenservice (Aue, Erzgebirge) ist Ende letzten Jahres als vierter „Top-Performer“ der Kölner Kooperationszentrale GD Handelssysteme ausgezeichnet worden. Geehrt wurde der premio-Partner für sein Engagement in der Ausbildung. Für Unternehmensinhaber Mike Pöschl gehört das Thema „Ausbildung“ seit 15 Jahren zum Betrieb. Seitdem hat er hier fünf Azubis fit für das Berufsleben gemacht, zwei davon sind als Preisträger aus dem Bundesleistungswettbewerb des Deutschen Handwerks im Berufsbild „Mechaniker für Reifen- und Vulkanisationstechnik“ hervorgegangen. „Meiner Meinung nach wissen viele einfach nicht, welche Entwicklungsmöglichkeiten es im Handwerk gibt.“, sagt Pöschl. Darum veranstaltet er alle drei Jahre in Zusammenarbeit mit der Agentur für Arbeit einen Tag der offenen Tür. Darüber hinaus bietet er Ferienarbeit an und schaut dabei, ob jemand Interesse hat und sich eignet. Und hier ist für ihn eine ganze Reihe von Faktoren entscheidend: „Eine hohe Leistungsbereitschaft und ein gutes Allgemeinwissen sind für mich, neben Teamfähigkeit und Kommunikationsbereitschaft, entscheidend.“



GDHS-Top-Performer im 4. Quartal 2014: Mike Pöschl und sein Team.

Abb.: GDHS

Immer mehr Internetnutzer/-innen gehen auch mobil ins Netz: Im ersten Quartal des Jahres 2014 haben 63 Prozent der Internetnutzer/-innen ab 10 Jahren einen mobilen Zugang zum Internet genutzt, meldete das Statistische Bundesamt (Destatis) im letzten Dezember. Im Jahr zuvor hatte der Anteil noch bei 51 Prozent gelegen. Insgesamt gingen im ersten Quartal 2014 rund 37 Millionen Personen mobil ins Internet, 7,3 Millionen bzw. 25 Prozent mehr als im ersten Quartal 2013. Mit 90 Prozent war der Anteil unter den 16- bis 24-jährigen Personen, die im ersten Quartal 2014 mobil online waren, am höchsten.

ReifenDirekt.de, der deutsche Onlineshop von Europas führendem Internet-Reifenhändler Delticom, feiert in diesem Jahr mit spannenden Aktionen und attraktiven Gewinnmöglichkeiten für seine Kunden 15-jähriges Bestehen. Mit dem Flaggschiff ReifenDirekt.de startete die steile Karriere der Delticom Reifen-Onlineshops im Januar 2000. Eröffnungen des österreichischen Pendant ReifenDirekt.at und der erste Händlershop Autoreifenonline.de folgten noch im gleichen Jahr. Heute kaufen Autofahrer in 42 Ländern Reifen und andere Produkte in über 144 Onlineshops der Delticom ein.

Reifenhersteller Continental überraschte das Unternehmen zum Geburtstag von ReifenDirekt mit einer Litfaßsäulen-Plakatierung vor dem Delticom-Firmengebäude in Hannover (Abb.).



Abb.: Delticom

Mit dem neuen Modell Hakkapeliitta R2 hat der finnische Reifenhersteller Nokian Tires im Januar den nach eigenen Angaben energiesparendsten Winterreifen der Welt im Januar 2015 auf dem Markt eingeführt. Der mit der Effizienzklasse A in der Kategorie Rollwiderstand gelabelte, spikefreie Reifen ist für das Elektro-Auto i3 von BMW entwickelt, in der Größe 155/70R19 84Q erhältlich und verspricht gemäß Vergleichs-Tests 30 Prozent niedrigeren Rollwiderstand und größere Reichweite für die mit ihm bestückten Elektro-Autos. Der Rollwiderstand der Wettbewerber liegt laut Nokian in der C- und E-Klasse des EU-Reifenlabels.



Energiesparendster Winterreifen der Welt: Nokian Hakkapeliitta R2 für das Elektroauto BMW i3.

Abb.: Nokian

Bühnen- und Terminplaner erfolgreich implementiert

Reifen Gundlach und Com4Tires bitten Kunden online zum Termin



Setzt auf den Bühnen- und Terminplaner von ypsystems: Reifen Gundlach – sowohl mit dem eigenen Reifenhandel als auch in der Funktion als Com4Tires-Systemzentrale.



Der BRV hat in seiner letzten Ausgabe von *Trends & Facts* bereits über die Wichtigkeit des Einsatzes moderner Online-Bühnen- und Terminplaner im Reifenhandel geschrieben. Soweit die Theorie und Empfehlung des Verbandes. Wie sieht es jedoch in der Praxis aus, wenn solche Systeme zu täglichen Begleitern im Organisationsablauf und wichtigen Servicehelfern werden? Ein gutes Beispiel liefert das BRV-Mitglied Reifen Gundlach. Der Großhändler, Serviceprovider, Filialist und Dach der Kooperation Com4Tires hat gleich mehrere gute Gründe, auf eine starke und flexible Lösung im Bereich Bühnen- und Terminplanung zu setzen. Nach Testphasen und Vergleichen im Markt hat man sich für NEONIS aus dem Hause ypsystems entschieden. Unsere Redaktion sprach mit Heiko Marmé, General Manager Marketing, mit Hanna Mysliwietz, zuständig für die Betreuung der Kooperationsmarke Com4Tires bei Reifen Gundlach, sowie mit Andrej Seidel, Filialmanager bei Reifen Gundlach.

T&F: Reifen Gundlach setzt seit kurzem auf den Einsatz eines Online-Bühnen- und Terminplaners. Was hat Sie zu der Einführung bewogen?

Heiko Marmé: Generell wird bei Reifen Gundlach ja Service groß geschrieben. So auch für den Verbraucher. Deshalb haben wir verschiedene Systeme verglichen und

wollten sicher gehen, dass das von uns ausgewählte System zu unserer Betriebskultur passt und sich leicht in unsere Abläufe integrieren lässt. Alle wissen, dass auch im Reifenfachhandel längst das digitale Zeitalter Einzug gehalten hat. Der Verbraucher orientiert sich über Produktauswahl, Marken, Preise und viele andere Leistungen über das Internet. Auch wenn das Reifengeschäft mit der Notwendigkeit zur Montage final doch ein lokales Geschäft bleibt, ist eine enorme Transparenz – wie bei anderen Verbrauchsgütern – gegeben. Dem muss sich der moderne Reifenfachhandel stellen und seine Services entsprechend erweitern. Dazu passt das Serviceangebot Online-Kunden-terminbuchung und unsere Erfahrungen bestätigen dies auch. Wir sprechen somit vor allem internetaffine Kunden optimal an und erweitern unsere Serviceleistungen für den Verbraucher in unseren drei Kfz-Werkstätten.

T&F: Und welche Grundmotivation war für Com4Tires ausschlaggebend?

Hanna Mysliwietz: Wir sind noch vor der Einführung, die für das Frühjahrsgeschäft geplant ist. Unsere Grundmotivation liegt in unserer Überzeugung: Eine moderne Kooperation mit aktuell rund 120 angeschlossenen Händlern muss heute eher ein individuelles Netzwerk an verlässlichen Dienstleistern sein und einen zeitgemäßen



Leistungskatalog für die Vertriebsunterstützung vor Ort bieten, als dass sie eine klassische „Einkaufsgemeinschaft“ wäre. Daher sind wir ständig auf der Suche nach neuen, attraktiven und zeitgemäßen Leistungen, die wir unseren Partnern anbieten können. Grundmotivation für alle Leistungen in Com4Tires sind dabei immer: individuelle Unterstützung passend für einzelne Verkaufsstellen sowie echte, verkaufsfördernde Wirkung hin zum Endkunden. Wir gehen davon aus, dass auch der Bühnen- und Terminplaner sowie die Online-Kundenterminbuchung hier sehr gut passen. Nach Rücksprache mit einigen unserer Partner wurde der Bedarf nach Unterstützung auch in der Technik deutlich. Wir freuen uns, hier eine bedarfsgerechte Lösung anzubieten, die durch den modularen Aufbau sehr individuell und flexibel ist. Genau wie Com4Tires selbst.

T&F: Wurden verschiedene Systeme geprüft und verglichen?

Andrej Seidel: Wie bei allen anderen Investitionen haben wir auch in diesem Fall verglichen. Denn gerade bei solch komplexen Themenkreisen sollten alle Perspektiven eingenommen werden. Ein solches System muss ja dauerhaft und individuell passen. Unsere Entscheidung fiel dann letztlich auf NEONIS von ypsystems aus Essen. Das System bietet uns ein passendes Preis-Leistungs-Verhältnis, Einfachheit in der Bedienung und Einbindung in die Arbeitsabläufe. Außerdem stimmen Support und die Bereitschaft zu weiterer Optimierung aufgrund des Anwender-Feedbacks.

Heiko Marmé: So sehe ich das auch. Hinzu kommt: Die modernen Serviceleistungen lassen sich durchaus passend in die Kommunikation an den Verbraucher einbinden. Weiterhin kann das System die Abläufe in der Werkstatt vereinfachen und somit für mehr Transparenz sorgen. Denn der Kunde gibt ja seine Kfz-Daten ein und hilft der Werkstatt somit bei der wichtigen Pflege des Datenstammes. Sowohl für die interne Nutzung, die Erweiterung über Module und auch Online-Terminbuchung konnte uns ypsystems unserer Beurteilung nach das beste Paket bieten.

T&F: Wie unterstützt der Bühnen- und Terminplaner aus Ihrer Sicht das Filialgeschäft vor Ort, wie sehen Ihre ersten Erfahrungswerte aus?

Andrej Seidel: Die Software von ypsystems hat sich sehr gut in die Arbeitsabläufe integrieren lassen. Wünsche bezüglich Benennung von Ressourcen wie z.B. Hebebühnen sowie der Individualisierung bei der Einrichtung des Termin- und Bühnenplaners konnten alle berücksichtigt werden. Intern haben wir eine deutliche Steigerung an Transparenz und können Leer- oder Pufferzeiten optimaler ausnutzen. Auch ein enormer Vorteil im Vertretungsfall. Die Online-Funktion wurde nach Freischaltung sofort genutzt und hilft insbesondere in der Saison bei der Auftragsannahme von Routinen. Kunden buchen schon jetzt ihren Servicetermin und müssen nicht durchklingeln. Das schafft die bereits angesprochenen Freiräume für Kundenberatung und -betreuung.



Gundlach-Verkaufsberater Julian Schrader am Arbeitsplatz: Die Einführung des Bühnen- und Terminplaners hat Freiräume für Kundenberatung und -betreuung geschaffen.

Abbildungen: Refjen Gundlach/ypsystems

Umrüstgeschäft

persona service unterstützt mit qualifizierten Mitarbeitern

Auch in diesem Frühjahr überzeugt persona service, Deutschlands drittgrößter Personaldienstleister und Rahmenvertragspartner des BRV, die Mitgliedsunternehmen des Bundesverbandes wieder von seiner hervorragenden Dienstleistungsqualität und Flexibilität, wenn es heißt: Winterreifen runter, Sommerreifen drauf.

Der Rahmenvertrag zwischen persona service und dem BRV besteht seit 1998 und sichert den Mitgliedern günstige Konditionen und exklusiven Service zu. „Wir möchten die seit fast 17 Jahren bestehende und sehr erfolgreiche Zusammenarbeit unbedingt fortsetzen“, sagt dazu Eva Kurzmann, Ansprechpartnerin der BRV-Mitglieder in der zentralen Kundenbetreuung. Sie ergänzt: „Wir freuen uns, wenn unsere Personaldienstleistungen auch weiterhin so intensiv in Anspruch genommen werden wie in der Vergangenheit.“

Der Einsatz von persona service-Mitarbeitern stellt eine sinnvolle Unterstützung und Entlastung dar, wenn es beispielsweise in den Frühjahrsmonaten zu Personalengpässen kommt. Ein Anruf in der persona service-Niederlassung vor Ort genügt: persona service kümmert sich umgehend um die zeitnahe Rekrutierung qualifizierter Mitarbeiter – gewerblich wie kaufmännisch – für den gewünschten Zeitraum.

persona service, mit über 190 Standorten in ganz Deutschland vertreten, steht für:

- Exzellente Kunden- und Mitarbeiterbetreuung,
- Hervorragende Reaktionszeit,
- Passgenaue Stellenbesetzung.

Die Vorteile für die Mitgliedsunternehmen im BRV liegen auf der Hand: Beim Einsatz von persona service-Mitarbeitern entstehen nur dann Personalkosten, wenn ein Betrieb tatsächlich Bedarf hat. Qualifikationen und Anzahl der benötigten Mitarbeiter können unbürokratisch an die Nachfrage angepasst werden.

Vertragsprüfungen und Preisverhandlungen entfallen; dadurch sparen die BRV-Mitglieder wertvolle Zeit. Darüber hinaus garantieren die ISO- und SCP-Zertifizierungen von persona service höchste Qualitätsstandards.



**persona
service**

Hinweis: Ausschließlich aus Gründen der besseren Lesbarkeit ist im Text auf die Verwendung der weiblichen und männlichen Form verzichtet.

Anmerkung der T&F-Redaktion: Um Enttäuschungen zu vermeiden, weisen wir darauf hin, dass auch persona service in der einen oder anderen Region möglicherweise Schwierigkeiten haben kann, qualifiziertes Personal ausfindig zu machen. Fest steht aber, dass sich das Zeitarbeitsunternehmen als Rahmenvertragspartner des BRV intensiv darum bemüht, Personal entsprechend den Wünschen der BRV-Mitglieder zur Verfügung zu stellen!



Infobox

Die neuen Konditionen ab 01.04.2015 können Sie bei nachfolgender Ansprechpartnerin oder der Niederlassung vor Ort erfragen.

Ihre Ansprechpartnerin:
persona service AG & Co. KG
Zentrale Kundenbetreuung
Eva Kurzmann
Freisenbergstraße 31
58513 Lüdenscheid
Tel. 02351 950-326
eva.kurzmann@persona.de
www.persona.de

Aktuelle Infos finden BRV-Mitglieder auch auf der Website www.brv-bonn.de unter dem Menüpfad Mitglieder Login > Downloads > Rahmenverträge und Sonderkonditionen für Mitgliedsbetriebe > Rahmenvertrag BRV/persona service wegen Zeitarbeitspersonal.



Musik und TV im Geschäft

Gebührenpflicht beachten – auch für Privatsender!



Abb.: Petra Bork/pixelio.de

Fernsehen im Geschäftsraum, z.B. im Wartebereich für Kunden: Werden Privatsender genutzt, fallen dafür Nutzungsgebühren an. Und die kassiert jetzt auch die GEMA.

Das Abspielen von Musik in den Geschäftsräumen oder die musikalische Unterhaltung bei einem Kundenevent ist in der Regel gebührenpflichtig. Die Gebühr dafür erhebt die Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) in München, mit der der BRV seit vielen Jahren ein Rahmenabkommen hat. Verbandsmitglieder, die GEMA-pflichtige Musik in ihrem Unternehmen nutzen, kommen dadurch in den Genuss von 20 Prozent Gesamtertragsnachlass auf die jeweils aktuell gültigen Gebührensätze. Dazu teilte die GEMA dem BRV im Dezember letzten Jahres mit, dass die Tarife für Musiknutzungen außerhalb von Veranstaltungen – insbesondere diejenigen für sogenannte Hintergrundmusik – zum 1. Januar 2015 um 1,5 Prozent angehoben werden. Die jeweils aktuellen Vergütungssätze sind im Internet unter der Adresse www.gema.de/Tarife zu finden.

Ein Großteil der BRV-Mitglieder erhielt zudem Ende Dezember letzten Jahres ein Schreiben der GEMA und der VG Media (Gesellschaft für Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH). Darin kommt zum Ausdruck, dass die VG Media die GEMA mit dem Inkasso für das Recht der öffentlichen Wiedergabe urheberrechtlich geschützter Werke in Rundfunksendungen beauftragt hat und in Folge ein Zuschlag in Höhe von 15 Prozent für die Radiowiedergabe und 25 Prozent für die Fernseh wiedergabe auf die jeweiligen GEMA-Tarife erhoben wird. Konkret bedeutet das:

- Die GEMA nimmt die Rechte von Komponisten, Textdichtern und Musikverlegern wahr. Sie vergibt beispielsweise die Rechte für Musikaufführungen, Rundfunk- und Musikwiedergaben (z.B. beim Tag der offenen Tür bzw. wenn Sie Ihr Ladenlokal mit Musik beschallen). Diese urheberrechtlichen Nutzungsrechte an gesendeten Musikwerken sind mit den an die Gebühreneinzugszentrale (GEZ) zu entrichtenden

Rundfunkgebühren für die öffentlich-rechtlichen Sender, also ARD, ZDF und Deutschlandradio, nicht abgegolten.

- Unberücksichtigt blieben bislang die Urheber- und Leistungsschutzrechte nahezu aller deutschen und mehrerer internationaler privater TV- und Radiosender wie RTL, CNN, Sat.1, ProSieben, Sport 1, N24, Eurosport, n-tv und Radiosender wie Antenne Bayern, Radio FFH, Klassik Radio und Hit-Radio Antenne Niedersachsen.

Deren Rechte werden seit 01.01.2015 durch die Verwertungsgesellschaft der privaten Medienunternehmen, VG Media wahrgenommen. Mit dem Inkassomandat kann die GEMA jetzt auch die erforderlichen Urheber- und Leistungsschutzrechte der Berechtigten der VG Media einräumen. Diese Rechte und Nutzungen sind zum 01.01.2015 Bestandteil der bestehenden Verträge zwischen den Nutzern (BRV-Mitgliedern) und der GEMA geworden. Zur nächsten Fälligkeit ihres Vertrages erhalten BRV-Mitglieder eine Mitteilung über die für sie geltenden Beträge.

Wichtig zu wissen: Aufgrund des oben genannten Rahmenvertrages wird BRV-Mitgliedern der Nachlass in Höhe von 20 Prozent auch auf die Vergütungssätze der VG Media gewährt.

- Zu betonen ist, dass die Verpflichtung zur Zahlung von Vergütungen an Verwertungsgesellschaften nur besteht, wenn die Rechte auch genutzt werden. Mit anderen Worten: Kommen Beiträge privater TV- und Radiosender bei Ihnen nicht zum Einsatz, besteht auch keine Zahlungspflicht gegenüber der VG Media. Nach der Lebenserfahrung ist jedoch davon auszugehen, dass private Sender auch genutzt werden, wenn sie zu empfangen sind. Bitte bedenken Sie, dass es für eine Vergütungspflicht ausreicht, dass die Rechte genutzt werden, auch wenn dies nur gelegentlich sein sollte!

Der BRV ist übrigens im Rahmen des Gesamtvertrages verpflichtet, die GEMA über Änderungen in seinem Mitgliederbestand auf dem Laufenden zu halten. Die Verbandsgeschäftsstelle meldet deshalb ausgeschiedene und Neumitglieder regelmäßig nach München.

Infobox



Mehr Infos finden BRV-Mitglieder auf der Website www.brv-bonn.de unter dem Menüpfad Mitglieder Login > Downloads > Rahmenverträge und Sonderkonditionen für Mitgliedsbetriebe > GEMA bzw. unter www.gema.de.

Managementseminar für den Reifenfachhandel

Fit machen für die Branchentransformation!

Beitrag von Prof. Dr. habil. Frank Keuper, Direktor des Steinbeis Center of Strategic Management der Steinbeis-Hochschule Berlin (www.steinbeis-scsm.de)



Abb.: Juergen Jozza/pixelio.de

Vogel-Strauß-Politik? Das ist eine wenig erfolgreiche Geschäftsstrategie, um der Branchentransformation zu begegnen, warnt Prof. Dr. habil. Frank Keuper.

Die Herausforderungen für den stationären Handel und damit auch für den Reifenhandel sind enorm. Stets verfügbarer Internetzugang und die Vernetzung der Produkte durch Sensoren lenken die Wertschöpfungskette um und definieren die Intensität und die Grenzen des Wettbewerbs neu. Amazon, Ebay und Co., die Ökosysteme von Apple, Google und Co., die zunehmende Verlagerung von Dienstleistungsfunktionen ins Netz (z.B. Paypal, Apple Pay, Expedia usw.) verdeutlichen, wohin die Reise im Handel und im Dienstleistungsbereich geht: Produkte und Dienstleistungen, die Commodity sind, werden ins Internet verlagert.

Die „böse“ Branchentransformation

Die sogenannte Disintermediation, d.h. der Bedeutungsverlust des Handels, wird exponentiell weiter wachsen. Hinzu kommt, dass die aktuell 20-Jährigen und deren nachfolgende Generationen weit internetaffiner sind als die aktuellen Best Ager. Hinzu kommt, dass sich der Handel, unabhängig von der jeweiligen Branche, häufig als operative Werkbank der Hersteller und reiner Sortimentshalter der Produzenten ansieht und nicht als Innovator seines eigenen Business, als eigenständige Marke (ich, der Handel, bin keine eigenstän-

dige Marke, ich verkaufe große Marken) oder sich gar als Ideen-Inkubator für neue, eigene Geschäftsmodelle begreift. Der Handel sieht sich häufig als passiver Verwalter statt als proaktiver Gestalter.

Weitere beispielhafte Entwicklungen zeichnen sich für den Reifenhandel am Horizont schemenhaft ab. Das Automobil verliert an Attraktivität bei den jüngeren Zielgruppen, und Car-Sharing-Konzepte werden von allen Automotives promotet. Die zunehmende Vernetzung des Fahrzeugs mit dem Hersteller (Connected Car) ermöglicht es dem Hersteller erstmals, kontinuierlich Kontakt mit dem Kunden zu halten, um dadurch an Kundendaten und -profile direkt heranzukommen und neues Business voranzutreiben. Dies wird die Beziehung zwischen Fahrzeughalter und Hersteller intensivieren und schon zeitnah die Handelsfunktion komplett umkrempeln. Autonomes Fahren mit seinen haftungsrechtlichen Herausforderungen für den Hersteller wird die Handelslandschaft massiv transformieren, weil im Zweifelsfall der Hersteller und sein Algorithmus entscheiden wann und wo welche Dienstleistungen zu erbringen sind, damit die Herstellerhaftung nicht in eine Herstellerhaftungskatastrophe führt. Und letztlich stellt sich die ketzerische Frage, wie der Reifenfachhandel mit dem Klima-Wandel und der damit einhergehenden Möglichkeit umgeht, dass Winterreifen perspektivisch keine oder nur noch eine marginale Umsatzrelevanz haben werden (Stichwort Ganzjahresreifen, wie z.B. in Teilen der USA).

Kopf in den Sand – lieber hoffen statt gestalten

Transformation – und damit auch die Branchentransformation – ist etwas Normales, ja Natürliches; man denke nur an die Entwicklung des Menschen aus der Ursuppe, den Untergang der Dinosaurier oder z.B. den Bedeutungsverlust des Mobiltelefonriesen Nokia. Transformation an sich ist auch nichts Bedrohliches, wenn die Betroffenen die Wendepunkte frühzeitig erkennen und sich rechtzeitig auf die neuen Spielregeln einstellen. Natürlich besteht auch die Option, den Kopf in den Sand zu stecken und zu hoffen, die Branchentransformation ginge an einem vorüber. Die internationale Wirtschaftshistorie zeigt, dass dies eine wenig erfolgreiche Geschäftsstrategie ist (siehe z.B. die Erosion der Reisebüros). So sind z.B. von den ehemals vielfältigen und erfolgreichen deutschen Fernsehgeräteproduzenten letztlich noch Loewe und Metz übrig geblieben, die beide vor Kurzem Insolvenz angemeldet hatten bzw. haben und um das Überleben ringen – Ausgang vollkommen offen.

Eine weitere Option besteht darin, der Branchentransforma-

tion mit einer Kostenreduktion zu begegnen. Diese Strategie verzögert nur das Ausscheiden aus dem Wettbewerb, ändert aber an der finalen Tatsache wenig, weil erstens auf die neuen veränderten Bedürfnisse der Kunden und die neue Wettbewerbssituation nicht markorientiert eingegangen wird, zweitens eine Kostenreduktion nur in einem bestimmten Rahmen stattfinden kann und drittens durch eine Kostenreduktion keine kundenorientierte Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit generiert wird. Denn Letzteres ist notwendig, weil der Begriff Transformation einen endlosen Prozess und keinen Zeitpunkt im Sinne eines Endzeitpunkts definiert.

Think different!

Um auf die Branchentransformation, unabhängig von der jeweiligen betroffenen Branche und von der jeweiligen Unternehmensgröße, wettbewerbsorientiert erfolgreich reagieren zu können, um die Branchentransformation erfolgreich für ein Unternehmen zu nutzen und diese womöglich sogar mitzugestalten und nachhaltige Perspektiven für sich, seine Mitarbeiter und Anteilseigner zu ermöglichen, ist innovatives Business Development unabdingbar. Die Investition in Bildung und Know-how erwirtschaftet nachweislich die höchsten Zinsen. Da also die Kopf-in-den-Sand-Strategie nicht erfolgreich sein wird, muss der Handel in neue Ideen, Geschäftsfelder, Kooperationen, in die eigene Marke, die eigene Innovationskraft und letztlich in Köpfe investieren. Hersteller und Produzenten haben ihre eigenen Sorgen. Für eine solche Think-different-Strategie bedarf es aber einer Transformation des bestehenden Wissens. Kurse über Buchhaltung, Seminare zum Thema „Wie führe ich ein Team“ oder Veranstaltungen zu den elementaren

Grundlagen der Kostenrechnung eines Unternehmens reichen bei Weitem nicht aus, um sich einer Branchentransformation proaktiv entgegen zu stellen. Diese Art von Veranstaltungen sind wichtig – keine Frage, aber sie sind kein Schmierstoff für den notwendigen Innovationsmotor Handel. Veränderungen bedingen verändertes Verhalten, und verändertes Verhalten bedingt neues, anderes, verändertes Wissen. Nur mit Hilfe von praxisorientierten, aber auch theoretisch fundierten Ansätzen, Konzepten und Strategien u.a. aus den Bereichen des Strategischen Managements, des Marketing- und Brand-Managements, des Vertriebs- und Service-Managements sowie des Controllings, Einkaufsmanagements und Marktmanagements können Innovationen entwickelt und umgesetzt werden. Dabei ist es wichtig, dass die Inhalte zwar einerseits einen Bezug zur jeweiligen Branche (Optimierungsfunktion), ebenso aber branchenübergreifende Bedeutung haben und dass bewusst auch mit Beispielen aus anderen Branchen gearbeitet wird (Innovations- und Anregungsfunktion), um das notwendige „Looking over the Tellerrand“ zu erreichen. Insofern ist fundiertes Management-Know-how, gepaart mit unternehmerischem Denken, der Erfolgstreiber in Zeiten einer Branchentransformation und darüber hinaus.

Aber ...!

Die Weisheiten kennt jeder: Ohne Investition keine Innovation, und eine Investition in Bildung und Know-how bringt obendrein noch die meisten Zinsen. Aber trotzdem fragen sich viele (Handels-)Unternehmen in Zeiten knapper Kasse, interessanterweise bedingt durch eine z.T. schon verpasste Anpassung an die Branchentransformation, ob eine Investition in



Gebot der Stunde: Investitionen in Management-Know-how und Qualifizierung.

Abb.: Julien Christ/ pixelio.de

Qualifizierung zu diesem Zeitpunkt (noch) der richtige Ansatz ist. Nun, unabhängig von dem dargelegten und belegbaren Zinsbeispiel stellt sich die Frage, was mit den Unternehmen passieren wird, wenn sie nicht in Management-Know-how und Qualifizierung investieren. Ist die Antwort darauf wirklich offen? Häufig stehen die von einer Branchentransformation betroffenen Unternehmen auch vor der Frage, ob Geschäftsführer, Inhaber oder Top-Mitarbeiter qualifiziert werden sollen. Natürlich sind die Budgets knapp, doch auch hier stellt sich die Frage, was mit den Unternehmen geschehen wird, wenn sie

nicht in das Management-Know-how und die Qualifizierung der zentralen Unternehmensakteure investieren. Geschäftsführung und Führungskräfte müssen topqualifiziert sein. Aber muss es denn ausgerechnet ein Zertifikatskurs sein, der sogar noch auf einen perspektivisch folgenden spezifischen, berufsbegleitenden, staatlich anerkannten und international akkreditierten (BRV-)Bachelor anrechenbar ist? (Anm. d. T&F-Red.: Siehe hierzu den Hinweis in der Infobox.) Warum nicht? Solange die Praxisorientierung durch die Hochschule, die Dozenten und durch die Entwickler des Seminars verbrieft ist! Warum keine Perspektiven für sich und seine Mitarbeiter eröffnen? Aber das Problem ist doch, dass eine Qualifizierung die Qualität des Managements und damit die Qualität des Personals und damit die potenzielle Fluktuationsquote erhöhen kann! Stimmt, aber die Fluktuation ist nicht das Problem der Qualifizierung, sondern das Problem fehlender Perspektiven. Zudem stellt sich auch hier die Frage, was mit den Unternehmen passieren wird, die nicht in Management-Know-how und Qualifizierung investieren.



Zu finden im „Archiv Newsletter“ auf der BRV-Website: Der Info-Folder zum geplanten Intelligence-Performance-Zertifikatskurs des BRV in Zusammenarbeit mit dem Steinbeis Center of Strategic Management der Steinbeis-Hochschule Berlin.

Intelligence Performance – und zum Schluss Vertrieb in eigener Sache

Natürlich ist dieses letzte Kapitel „Vertrieb in eigener Sache“ – klappern gehört zum Handwerk. Unabhängig davon ist aber die gemeinsame Initiative des BRV mit dem Steinbeis Center of Strategic Management der Steinbeis-Hochschule Berlin (die größte private wissenschaftliche Hochschule mit Universitätsstatus) eine herausragende Option, sich durch innovatives Management-Know-how fit für die laufende Branchentransformation zu machen. Die Steinbeis-Hochschule Berlin als private, staatlich anerkannte Hochschule ist ein Unternehmen im Steinbeis-Verbund, der weltweit im unternehmerischen Wissens- und Technologietransfer aktiv ist. Das Dienstleistungsportfolio der fachlich spezialisierten Steinbeis-Unternehmen im Verbund umfasst Forschung und Entwicklung, Beratung und Expertisen sowie Aus- und Weiterbildung für alle Technologie- und Managementfelder. Das Steinbeis Center of Strategic Management der Steinbeis-Hochschule Berlin entwickelt und managt seit zehn Jahren ausschließlich berufsbegleitende Qualifizierung für führende mittelständische Unternehmen, Verbände, Dax-Konzerne und Top-Unternehmensberatungen, angefangen vom unternehmensspezifischen Zertifikatskurs, der anrechenbar ist auf ein unternehmensspezifisches, staatlich anerkanntes, international akkreditiertes Bachelor- oder Master-Studium, bis hin zum unternehmensspezifischen Promotionsstudium. Dementsprechend haben sich viele Personen aus dem Automotive-Umfeld (z.B. Dr. Rainer Landwehr, ehemaliger CEO Goodyear Deutschland, Thorsten Bald MBA, ehemals Corporate Identity und Marketing Brose Group) und aus dem Internet-Umfeld (Prof. Dr. habil. Frank Keuper) bei der Ausgestaltung der Themen und der Inhalte des Intelligence-Performance-Zertifikatskurses Gedanken gemacht. Es ist kein Standard-Programm irgendeiner Akademie oder eines Seminaranbieters, sondern ein Programm, das spezifisch auf die Bedürfnisse der BRV-Mitglieder vor dem Hintergrund der Branchentransformation konzipiert und akkreditiert wurde.

Infobox



Über das Angebot des im Text genannten Intelligence-Performance-Zertifikatskurses hat der BRV seine Mitglieder (außer dem Beitrag im letzten T&F, S. 82) erstmals per VIP-Newsletter vom 16.12.2014 informiert. Die Ausschreibungsunterlagen stehen auf der Website www.brv-bonn.de unter folgendem Menüpfad zum Download bereit: *Unternehmer > Mitglieder Login > Archiv Newsletter > Archiv Newsletter 2014 > Dezember 2014 > 16.12.2014*. Letzter Einsendeschluss für den dort ebenfalls eingestellten Rückantwortbogen ist der 10. März 2015.

BRV-Arbeitskreis Betriebswirtschaft

Agenda der Frühjahrssitzung

Am 25. März findet in Bonn die Frühjahrssitzung des BRV-Arbeitskreises Betriebswirtschaft, Kommunikation, Steuern statt. Hier schon einmal ein Blick auf die aktuell relevanten Themen, mit denen sich das Gremium beschäftigen wird:

- Erörterung der aktuellen Branchenlage
 - BRV-Marktdaten 2014/Prognose 2015
 - ERM (Sell-In) und wdk-Sell-Out-Panel per Ende März 2015
 - Marktstrukturanalyse des BRV (Stand: 3/2015)
 - BRV-Preispanel per 3/2015
- Betriebsvergleich des Reifenfachhandels für das Gesamtjahr 2014
- Aktueller Stand des Projektes „Geschäftsmodell Zukunft“
- Fertiggestellte BRV-Dokumentation „EDV-Anbieter/Softwareentwickler“

- Lagerhaltung für Pkw- und Lkw-Reifen mit integriertem Reifen-Paternoster (Fa. Reifen Schäfer, Kenn) – Rückschau auf den Artikel in *Trends & Facts* 6/2014
- Arbeitskreis „E-Commerce“ – Diskussion des Vorschlags von Frau Tanja Herzig, First Stop
- BRV als Konzentrador für die Gebührenverhandlungen mit Finanzdienstleistern bei electronic cash
- Problematik einer vermutlich rechtswidrigen Besteuerung konkurrierender Leistungen von gemeinnützigen Vereinen mit einem ermäßigten Umsatzsteuersatz – Information zum Fortgang des Verfahrens
- Etablierung eines Dienstleistungsumsatzpanels
- Beitragserhöhung der Berufsgenossenschaft Handel und Warendistribution (BGHW)/Beratungstool: www.bg-check.de.

Der Bericht zur Sitzung folgt in *Trends & Facts* 3/2015.

Anzeige



Experten arbeiten am liebsten mit Experten

Profitieren Sie jetzt von unserem Vorteilspaket für BRV-Mitgliedsunternehmen!

persona service steht für:

- Exzellente Kunden- und Mitarbeiterbetreuung
- Hervorragende Reaktionszeit
- Passgenaue Stellenbesetzung

Wir beraten Sie gern!

Ihr Ansprechpartner in unserer zentralen Kundenbetreuung:

Frau Eva Kurzmann

Tel.: 02351 950-326 • eva.kurzmann@persona.de

persona service AG & Co. KG
 Freisenbergstraße 31
 58513 Lüdenscheid
www.persona.de



Hinweis: Sämtliche Bezeichnungen richten sich an beide Geschlechter.

Terminübersicht

02.-05.03.2015	Rösrath	BRV-Reifenfachverkäufer-Lehrgang Außendienst
10.03.2015	München	Innungsversammlung Bayern
16.03.2015	Bonn	BRV-Arbeitskreis Marktforscher
18./19.03.2015	Berlin	BRV-Vorstandssitzung/Klausurtagung
19.03.2015	Poing	Round Table Reifentechnik Rema TIPTOP
24.03.2015	Bonn	ZDK-Bundesfachgruppe Freie Werkstätten
25.03.2015	Bonn	BRV-Arbeitskreis Betriebswirtschaft, Kommunikation, Steuern
14.04.2015	Frankfurt/Main	wdk-Steuerungsgremium Reifenmontage
15.04.2015	Bonn	FKT-SdA „Räder + Reifen“
19.05.2015	Krefeld	Lenkungsgremium IRQ
20.-25.05.2015	Bologna, Italien	Autopromotec
21./22.05.2015	Bologna, Italien	BIPAVER-Generalversammlung
22.06.-11.07.2015	Rösrath	BRV-Juniormanager-Lehrgang GDHS
09.07.2015	Köln	BRV-Vorstandssitzung
11.07.2015	Köln	BRV-Mitgliederversammlung mit „Kölner Lichter“
02.-22.08.2015	Rösrath	BRV-Juniormanager-Lehrgang
24.-29.08.2015	Rösrath	BRV-Reifenfachverkäufer-Lehrgang PoS
31.08.-03.09.2015	Rösrath	BRV-Reifenfachverkäufer-Lehrgang Außendienst
10.09.2015	Bonn	BRV-Vorstandssitzung
01.10.2015	München	BRV-Arbeitskreis Reifentechnik/Autoservice
04.12.2015	Bonn	BRV-Vorstandssitzung

Kurse der Stahlgruber-Stiftung München

02.-06.03.2015	Reifenreparatur Pkw/Lkw
09.-13.03.2015	EM-Reifenreparatur
16.03.2015	RDKS im Reifenservice
17.03.2015	RDKS im Reifenservice
18.03.2015	RDKS im Reifenservice
25.-26.03.2015	Sicherungsmaßnahmen für Pannenhilfe
30.03.-02.04.2015	Reifenreparatur Pkw/Lkw
20.-24.04.2015	Förderbandreparatur
04.-05.05.2015	UHP-/Runflat-Reifenmontage (wdk-Zertifizierung)
06.05.2015	RDKS im Reifenservice
07.05.2015	RDKS im Reifenservice
11.05.2015	RDKS im Reifenservice
12.-13.05.2015	UHP-/Runflat-Reifenmontage (wdk-Zertifizierung)
18.-22.05.2015	Reifenreparatur Pkw/Lkw
26.-27.05.2015	UHP-/Runflat-Reifenmontage (wdk-Zertifizierung)
28.-29.05.2015	UHP-/Runflat-Reifenmontage (wdk-Zertifizierung)
15.-26.06.2015	Ausübungsberechtigung für wesentliche Teile des Vulkaniseurhandwerks § 7 a HwO (für Kfz-Meister!); hier: Reifenreparatur
22.-26.06.2015	Reifenreparatur Pkw/Lkw
29.06.-03.07.2015	Förderbandreparatur (Stahlseil)
06.-10.07.2015	Reifenreparatur Pkw/Lkw
06.07.2015	RDKS im Reifenservice
07.07.2015	RDKS im Reifenservice
08.07.2015	RDKS im Reifenservice
13.-14.07.2015	UHP-/Runflat-Reifenmontage (wdk-Zertifizierung)
15.-16.07.2015	UHP-/Runflat-Reifenmontage (wdk-Zertifizierung)
20.-24.07.2015	Reifenreparatur Pkw/Lkw
20.-21.07.2015	UHP-/Runflat-Reifenmontage (wdk-Zertifizierung)
22.-23.07.2015	Reifenservice und Montage I
27.-31.07.2015	Reifenreparatur Pkw/Lkw
27.-29.07.2015	Reifenservice und Montage II
30.-31.07.2015	Reifenservice und Montage I



Termine

03.-04.08.2015	UHP-/Runflat-Reifenmontage (wdk-Zertifizierung)
05.-06.08.2015	UHP-/Runflat-Reifenmontage (wdk-Zertifizierung)
02.09.2015	Sicherungsmaßnahmen für Pannenhilfe
07.-11.09.2015	Reifenreparatur Pkw/Lkw
07.-08.09.2015	UHP-/Runflat-Reifenmontage (wdk-Zertifizierung)
09.09.2015	RDKS im Reifenservice
10.09.2015	RDKS im Reifenservice
14.-18.09.2015	EM-Reifenreparatur
21.-25.09.2015	Reifenreparatur Pkw/Lkw
28.09.-02.10.2015	Förderbandreparatur
23.-27.11.2015	Reifenreparatur Pkw/Lkw
30.11.-11.12.2015	Ausübungsberechtigung für wesentliche Teile des Vulkaniseurhandwerks § 7 a HwO (für Kfz-Meister!); hier: Reifenreparatur
30.11.-04.12.2015	EM-Reifenreparatur

(Stand: 28.01.2015; Änderungen vorbehalten)

Infobox



*Infos/Anmeldung:
Landeshauptstadt München,
Stahlgruber-Stiftung,
Murnauer Str. 61,
81379 München
Telefon:
++49(0)89-71 00 21 09,
E-Mail: sekretariat@
stahlgruber-stiftung.de
Internet:
www.stahlgruber-stiftung.de*

Kurse der STAHLGRUBER GESELLSCHAFT-ER-STIFTUNG Anröchte

Schulungsort Anröchte:

03.03.2015	Klimaservice
04.03.2015	RDKS/DKS neuester Stand
05.03.2015	Lkw Reifenmontage u. Wuchten/Ventile- und Räderkunde
17.-18.03.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
17.03.2015	Pkw-Reifenreparatur kalt/heiß Grundlagen und Fertigkeiten
18.03.2015	Pkw-/Lkw-Reifenreparatur kalt Grundlagen und Fertigkeiten
19.03.2015	Pkw – Montage und Wuchten
24.-26.03.2015	Pkw-/Lkw-Reifenreparatur kalt/heiß
07.05.2015	Klimaservice
19.-21.05.2015	Pkw-/Lkw-Reifenreparatur kalt/heiß
02.-03.06.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
09.06.2015	Pkw-Reifenreparatur kalt/heiß Grundlagen und Fertigkeiten
10.-11.06.2015	Ackerschlepper Reifenreparatur
16.-18.06.2015	Pkw-/Lkw-Reifenreparatur kalt/heiß
23.06.2015	Pkw-/Lkw-Reifenreparatur kalt Grundlagen und Fertigkeiten
24.-25.06.2015	EM-Reifenreparatur
14.-16.07.2015	Pkw-/Lkw-Reifenreparatur kalt/heiß
28.07.2015	Montage und Auswuchten von Motor-Rädern
29.-30.07.2015	EM-Reifenreparatur
04.-05.08.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
04.-06.08.2015	Pkw-/Lkw-Reifenreparatur kalt/heiß
06.08.2015	RDKS/DKS neuester Stand
11.08.2015	Achsvermessung – Grundlagen
12.08.2015	Klimaservice
08.-09.09.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
08.09.2015	Pkw-/Lkw-Reifenreparatur kalt Grundlagen und Fertigkeiten
09.-10.09.2015	Ackerschlepper Reifenreparatur
10.09.2015	Pkw – Montage und Wuchten
15.-17.09.2015	Pkw-/Lkw-Reifenreparatur kalt/heiß
23.09.2015	Klimaservice
28.-29.10.2015	Gummiketten-Reparatur
25.11.2015	Lkw Reifenmontage u. Wuchten/Ventile- und Räderkunde
26.11.2015	Feuerwehr-Druckschlauch-Reparatur
01.-03.12.2015	Pkw-/Lkw-Reifenreparatur kalt/heiß
15.12.2015	Pkw-Reifenreparatur kalt/heiß Grundlagen und Fertigkeiten
16.-17.12.2015	Ackerschlepper Reifenreparatur

Schulungsort Koblenz:

10.-11.03.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
10.-12.03.2015	Pkw-/Lkw-Reifenreparatur kalt/heiß
12.03.2015	RDKS/DKS neuster Stand
24.-25.03.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
26.03.2015	Pkw – Montage und Wuchten
05.05.2015	RDKS/DKS neuster Stand
06.05.2015	RDKS/DKS neuster Stand
19.-20.05.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
09.-10.06.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
11.06.2015	RDKS/DKS neuster Stand
23.-24.06.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
25.06.2015	RDKS/DKS neuster Stand
07.-08.07.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
09.07.2015	RDKS/DKS neuster Stand
25.-26.08.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
27.08.2015	RDKS/DKS neuster Stand
15.09.2015	RDKS/DKS neuster Stand
16.09.2015	RDKS/DKS neuster Stand
22.-23.09.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
24.09.2015	Pkw – Montage und Wuchten
06.10.2015	RDKS/DKS neuster Stand
07.10.2015	RDKS/DKS neuster Stand
08.-09.12.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
10.12.2015	RDKS/DKS neuster Stand
15.-16.12.2015	RUN FLAT/UHP wdk-Zertifizierung
17.12.2015	RDKS/DKS neuster Stand

(Stand: 28.01.2015; Änderungen vorbehalten)

Infobox



*Infos/Anmeldung:
STAHLGRUBER GESELLSCHAFTER-STIFTUNG,
Gruber Str. 65, 85586 Poing
Ansprechpartnerin:
Frau Karin Henke
Telefon: ++49(0)02947 97 387 44
Telefax: ++49(0)02947 97 387 6644
E-Mail: info.vulkaniseur-
handwerk@s-g-s.eu
Internet:
www.stahlgruber-gesellschafter-
stiftung.de
oder www.s-g-s.eu
(auf der Website finden Interessenten
neben den jeweils aktuellen
Schulungsterminen auch das
Anmeldeformular zu den Kursen
für das Vulkaniseur-Handwerk)*



MEHR SERVICE ...

... in mehr Ländern für regionale und überregionale LKW-Kunden!

24-Std. an 365 Tagen im Jahr
der LKW-Breakdown-Service

national und international über die
PneuService-Notrufnummer
0180/521 27 82

100% Service in:

- Deutschland
- Finnland
- Luxemburg
- Portugal
- Belgien
- Frankreich
- Niederlande
- Schweden
- Dänemark
- Irland
- Norwegen
- Schweiz
- England
- Italien
- Österreich
- Spanien

Optimierter Service in:

- Bosnien
- Kroatien
- Polen
- Slowenien
- Bulgarien
- Lettland
- Rumänien
- Tschechien
- Estland
- Litauen
- Serbien
- Türkei
- Griechenland
- Mazedonien
- Slowakei
- Ungarn



Kundendiensting
Deutscher Reifenfachhändler

Franz-Lohe-Str. 19 53129 Bonn
Telefon (0228) 28 99-4 80 Telefax (0228) 28 99-4 88
Internet www.pneuservice-bonn.de
E-Mail j.jaeger@bundesverband-reifenhandel.de



THE TIRE
C O L O G N E

EMPOWERING THE
ENTIRE BUSINESS

www.thetire-cologne.de

SHOW PROFILE

Köln, 29.05.-01.06.2018

