

31. März 2017

Reifenersatzgeschäft in Deutschland: Gesamtmarktentwicklung zeigt sich stabil

Knapp 52,5 Millionen Reifen wurden im Reifenersatzgeschäft in Deutschland im vergangenen Jahr verkauft. Das entspricht einem leichten Plus von 0,5 Prozent im Durchschnitt aller Produktsegmente, meldet der Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk (BRV, Bonn) nach Auswertung der Marktzahlen 2016. Mit knapp 92 Prozent der abgesetzten Stückzahlen sind dabei die sogenannten Consumer-Reifen (= Produktgruppen Pkw-, Off-Road- und Leicht-Lkw-Reifen) mit großem Abstand das größte Segment, gefolgt von Lkw- (5,2 Prozent) und Motorrad-Reifen (2,67 Prozent). „Insgesamt ist festzustellen, dass eine gewisse Stabilisierung im Reifenersatzmarkt Einzug gehalten hat. Jedenfalls ist es zu keinen weiteren signifikanten Stückzahlverlusten im Pkw-Reifensegment gekommen, so wie das leider in den zurückliegenden Jahren weitestgehend konstatiert werden musste.“, kommentiert Yorick M. Lowin, Geschäftsführer des Bonner Fachverbandes. Mit fast 85 Prozent Anteil an der Produktgruppe Consumer-Reifen und gut 77 Prozent am Reifenersatzgeschäft gesamt bestimmt das Segment Pkw maßgeblich die Gesamtentwicklung im Markt.

Die Sell-Out-Entwicklung (Handel an Verbraucher, Stückabsätze) in den einzelnen Produktsegmenten analysiert der BRV in seinen jetzt vorgelegten „Marktdaten 2016/2017“ wie folgt:

Produktgruppe Consumer-Reifen

Seinem Löwenanteil am Gesamtmarkt entsprechend, entwickelte sich der Absatz im **Consumer-Segment** mit einem leichten Plus von 0,5 Prozent analog zum Marktdurchschnitt. Von den gut 48 Millionen in diesem Segment verkauften Reifen entfielen knapp 41 Millionen auf die **Produktgruppe Pkw**. Damit erreichte der Stückabsatz hier zwar nicht das erhoffte Plus von 2,3 Prozent, blieb aber bei Sommer- wie Winterreifen immerhin nahezu stabil auf Vorjahresniveau (-0,5 Prozent). „Wir gehen davon aus, dass hier die Talsohle erreicht ist“, sagt BRV-Geschäftsführer Hans-Jürgen Drechsler im Hinblick auf die zum Teil deutlichen Rückgänge der Vorjahre und ergänzt die ausgewiesenen Zahlen um den Hinweis, dass in der Statistik 2016 Pkw-Ganzjahresreifen noch in der Produktgruppe Sommerreifen erfasst wurden. Die Nachfrage nach Allroundern ist in den vergangenen Monaten zwar gestiegen, konnte aber die rückläufigen Absatzzahlen reiner Sommerreifen nicht ganz ausgleichen.

Deutlich positiv entwickelte sich im vergangenen Jahr weiter die Produktgruppe **Off-Road-Reifen**. 4,14 Millionen verkaufter Reifen entsprechen einem Absatzplus von fast 6 Prozent, damit wuchs der Anteil Off-Road am Consumer-Segment von 7,98 Prozent im Vorjahr auf 8,61 Prozent in 2016. Hier schlägt sich die Entwicklung im Automobilmarkt nieder, der seit Jahren eine ungebrochen wachsende Nachfrage nach SUV und Allradfahrzeugen verzeichnet.

Marktanteile unverändert

In diesen beiden größten Produktgruppen des Reifenersatzgeschäftes konnte sich der Reifenfachhandel im engeren Sinne, d.h. Unternehmen, die den überwiegenden Teil ihres Umsatzes mit Produkten und Dienstleistungen rund um Räder und Reifen erzielen, mit einem Marktanteil von unverändert 42,3 Prozent gegenüber den konkurrierenden Distributionskanälen Autohaus/markengebundene Kfz-Werkstätten (24,1 Prozent), freie Werkstätten (17,3 Prozent), Fachmärkte (6,7 Prozent) und Sonstige (Tankstellen/Baumärkte, 0,2 Pro-

Ihre Ansprechpartnerin: Martina Schipke
Tel. (02232) 154674



zent) behaupten. Auch der Absatzkanal Online-Vertrieb (B2C-Plattformen) gehört zu den Wettbewerbern, konnte aber seinen Marktanteil von 9,4 Prozent am Reifenersatzgeschäft Pkw inkl. 4x4-Reifen im vergangenen Jahr nicht weiter ausbauen. „Eine eindeutige Abgrenzung zwischen Reifenfachhandel und freien Kfz-Werkstätten im Rahmen unserer Distributionsanalyse wird allerdings zunehmend schwierig“, berichtet Verbandsgeschäftsführer Drechsler, „weil immer mehr Reifenspezialisten ihr Leistungsportfolio um klassischen Autoservice erweitern und sich damit quasi zu Kfz-Werkstätten mit besonderer Kompetenz im Rad-/Reifenbereich entwickeln. Überschneidungen bei den Marktanteilen sind insofern möglich.“

In der dritten Produktgruppe des Consumer-Segmentes, **Reifen für Leicht-Lkw** (kurz: Lkw), zog 2016 die Nachfrage ebenfalls an: 3,35 Millionen Stück wurden abgesetzt, das entsprach einem Plus von 6,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Segment Lkw-Reifen

Erfreulich für den Reifenfachhandel verlief auch der Absatz von **Lkw-Reifen**. 1,9 Millionen Neu- und 0,82 Millionen runderneuerte Reifen wurden in diesem Segment im Geschäftsjahr 2016 verkauft. Das Plus bei Neureifen lag mit 6,1 Prozent deutlich über der Prognose (+ 1,1 Prozent) und selbst mit dem Absatzrückgang runderneuerter Reifen um 5,7 Prozent kann die Branche zufrieden sein. „Nachdem die Fördermöglichkeit runderneuerter Lkw-Reifen im Rahmen des De-minimis-Förderprogramms des Bundes zunächst komplett weggefallen war, hatten wir zu Jahresbeginn 2016 deutlich höhere Absatzeinbußen in dieser Produktgruppe befürchtet“, berichtet Hans-Jürgen Drechsler. Dass das Minus letzten Endes doch nicht zweifelhaft ausfiel, ist zum einen der umso intensiveren Marktbearbeitung der überwiegend mittelständischen Runderneuerungsunternehmen, zum anderen aber auch erreichten Nachbesserungen in punkto Förderfähigkeit zu verdanken. Zusammen mit den von ihm auch vertretenen deutschen Runderneuerern konnte der BRV erreichen, dass noch in 2016 runderneuerte Reifen zumindest teilweise wieder in die Förderung aufgenommen und für 2017 die Fördermöglichkeiten deutlich erweitert wurden. Unter dem Strich hat sich dieser Einsatz mit einem durchschnittlichen Absatzplus von 2,3 Prozent in der Produktgruppe Lkw-Reifen gesamt auch für den spezialisierten Reifenfachhandel bezahlt gemacht. Er ist laut BRV mit einem Marktanteil von 90 Prozent der dominierende Distributionskanal in diesem Segment.

Motorradreifen und Nischensegmente

Der Absatz von **Motorradreifen**, mit 1,4 Millionen Stück eine eher kleine Produktgruppe, war in 2016 leicht rückläufig (-1,4 Prozent).

Auch in den Nischensegmenten der Reifen für land- und forstwirtschaftliche Fahrzeuge (**FARM-Reifen**) und für Erdbewegungsmaschinen (**EM-Reifen**), die vornehmlich in Bergbau und Baubranche zum Einsatz kommen, sanken die Absatzzahlen (-4 Prozent bei FARM-, -9 Prozent bei EM-Reifen), was der BRV im Wesentlichen auf normale Marktschwankungen zurückführt. Auf die Entwicklung im Reifenersatzgeschäft insgesamt haben diese Nischenprodukte aufgrund ihres extrem geringen Anteils von unter 0,5 Prozent am Gesamtmarkt kaum Auswirkungen.

Prognose: überwiegend stabil

Für das laufende Jahr rechnet der Reifenfachverband mit weiterhin überwiegend stabiler Entwicklung der Absatzzahlen im Reifenersatzgeschäft; nennenswerte Wachstumsimpulse werden aufgrund der beschriebenen

Ihre Ansprechpartnerin: Martina Schipke
Tel. (02232) 154674



nen Nachfrage nach SUV und Geländewagen lediglich für die Produktgruppe Off-Road-Reifen erwartet. Hier die **Prognose 2017 nach Segmenten:**

Pkw-Reifen	-0,5 Prozent
Off-Road-Reifen	+11,4 Prozent
Lkw-Reifen	+0,6 Prozent
Lkw-Reifen neu	+1,1 Prozent
Lkw-Reifen runderneuert	+1,2 Prozent
Motorrad-Reifen	+1,4 Prozent
FARM-Reifen	+3,9 Prozent
EM-Reifen	+4,0 Prozent

Erträge: „schwarze Null“ ist nicht genug!

Neben der Stückentwicklung im Reifenersatzgeschäft analysiert der BRV regelmäßig auch die betriebswirtschaftliche Situation in der von ihm vertretenen Branche. „Die Ergebnisse unseres aktuellen Jahres-Betriebsvergleichs für den Reifenfachhandel zeigen, dass der Gesamtumsatz 2016 im Vergleich zum Vorjahr um 0,5 Prozent gestiegen ist.“, berichtet Peter Hülzer, geschäftsführender Vorsitzender des Reifenfachverbandes. „Allerdings war der Produktumsatz im Segment Reifen um durchschnittlich 0,6 Prozent rückläufig, während die Dienstleistungsumsätze im Bereich Reifenservice um 1,5 Prozent und im Autoservice sogar um 7,4 Prozent ausgebaut werden konnten.“

Erkennbar sei damit weiterhin die Konzentration vieler Händler auf das Geschäftsfeld Autoservice, dessen Umsatzanteil im Reifenhandel über alle Betriebe betrachtet aktuell bei 11,3 Prozent liegt. Der BRV wertet das als Indiz dafür, dass der Reifenfachhandel die Zeichen der Zeit erkannt hat und sich zunehmend als kompetenter Rundum-Dienstleister für individuelle Mobilität positioniert. Entsprechend aufmerksam verfolgt der Verband deshalb die aktuellen Entwicklungen in der Automobilbranche und evaluiert die Chancen und Risiken von Innovationen wie z.B. autonomes Fahren, connected car und E-Mobilität, um auf dieser Basis dem Reifenfachhandel zukunftsweisende Geschäftskonzepte aufzuzeigen. „In punkto Innovationskraft ist die Reifenindustrie hier bestens aufgestellt und sorgt dafür, dass auch das Ersatzgeschäft mit entsprechenden High-Tech-Produkten dem automobilen Fortschritt den Weg bereiten kann“, sagt Peter Hülzer. Aus Sicht seines Verbandes wäre es allerdings wünschenswert, dass der Vermarktungspartner Reifenfachhandel mit diesen Produkten auch wieder deutlich höhere Erträge erzielen kann, als das derzeit der Fall ist. „Die Durchschnittsrendite in den Betrieben unserer Branche liegt laut Betriebsvergleich 2016 aktuell bei einer ‚schwarzen Null‘. Im Hinblick auf die Investitionen, die nötig sind, um die Unternehmen für den Automobilmarkt von morgen fit zu machen, wären sechs bis sieben Prozent Rendite nötig. Die zu erreichen ist allerdings nur möglich, wenn die Hersteller auch ihren Beitrag für eine auskömmliche Vermarktung leisten. Sprich: die Produktionsmengen so steuern, dass ihre Produkte nicht mehr um jeden Preis und über jeden nur denkbaren Absatzkanal in den Markt gedrückt werden.“, fordert der Verbandschef.