

Räder & Reifen

KRISALP HP – DER HOCHLEISTUNGS-WINTERREIFEN.
 Für ein gutes Gefühl bei jedem Wetter.



Im Winter zeigt der **KRISALP HP** seine ganzen Stärken. Er zeichnet sich durch sein exzellentes Bremsverhalten bei jedem Wetter aus und überzeugt mit hervorragender Traktion auf Schnee und Eis.

Noch entspannter in den Winter: Profitieren Sie beim Kauf von Kleber-PKW-Reifen gleich doppelt. Mit **KLEBER-Assistance** erhalten Sie die kostenlose, blitzschnelle Pannenhilfe – europaweit*, rund um die Uhr, sieben Tage die Woche.

*KLEBER-Assistance bietet Service in allen europäischen Ländern, in denen die grüne Versicherungskarte gilt – drei Jahre ab Kautdatum.

TECHNIK

**Welche Ventile
für Transporter?**

HANDEL

**Reifeneinkauf
über Internet**

RECHT

**Auswirkungen
von §2 StVO**



Kleber
 Kleber denkt an Sie, Tag für Tag.

Klick ins Netz:

www.autoservicepraxis.de



Schnitzeljagd

Mit einem Stück Fleisch ist es wie mit einem Satz neuer Reifen: Das Material allein genügt nicht, es will auch gebraten bzw. montiert sein. Räder&Reifen hat sich den Reifenhandel über das Internet näher angesehen.

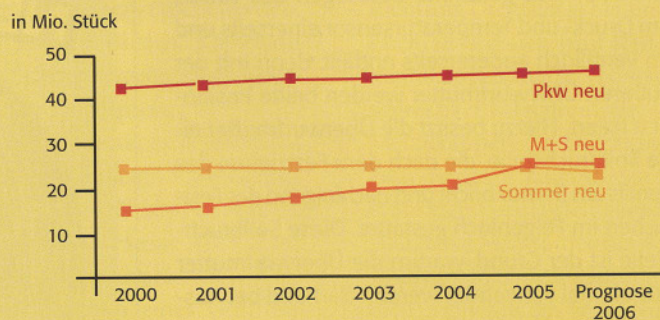
Laut Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk (BRV) wurden im vergangenen Jahr 46,4 Millionen Reifen an Endverbraucher ausgeliefert. Das übertraf den Rekordabsatz des Vorjahres um 337.000 Reifen. Verantwortlich dafür zeichnete mehrheitlich das Geschäft mit Winterreifen, das mit 24,2 Millionen verkaufter Pneu erstmals über dem Absatz von Sommerreifen lag, und zwar um rund eine Millionen Stück.

Allerdings büßten sowohl der Reifenhandel als auch die Werkstätten und Autohäuser jeweils ein Prozent am Gesamtmarkt ein. Weil der Online-Verkauf, der erst seit 2005 statistisch als eigener Vertriebskanal ausgewiesen wird, auf einen Anteil von zwei Prozent kommt, liegt die Vermutung nahe, dass eine Markt-

verschiebung in Richtung E-Commerce stattgefunden hat. Der Online-Reifenhandel ist allerdings eine vergleichsweise seltsame Teilbranche. Nahezu jedes Unternehmen versteht sich als Marktführer, die Herausgabe von Zahlen hat jedoch Seltenheits-

wert. Rechnet man die wenigen veröffentlichten Zahlen zusammen, kommt man dennoch auf einen Gesamtmarkt von 200 Prozent oder mehr. Will heißen: In manchen Unternehmen hat, so ist zu vermuten, die Marketing-Abteilung mehr Mit-

Gesamtmarktentwicklung Reifenersatzgeschäft



Quelle: BRV



arbeiter als der Vertrieb. Verantwortlich für den wachsenden Online-Handel mit Reifen sind weniger die konventionellen Reifenhändler als vielmehr neue Marktteilnehmer wie das Internet-Portal reifen.com der Reifen-Center GmbH in Hannover, der Onlineshop reifendirekt.de von Delticom oder die B2B-Plattform tyre24.de.

„B to B“ oder „B to C“

Von den Reifenherstellern betreibt nur Goodyear über die eigene Handelsorganisation Goodyear Dunlop Handelssysteme (GDHS) einen Online-Reifen-Shop. „Wir nutzen den Onlineshop reifenfix.de als Kundenzuführung für unsere rund 800 Handelspartner in Deutschland“, erklärt Carsten Frick, Manager E-Commerce. Daher können sich bei reifenfix.de ausschließlich Reifenhändler registrieren lassen, die der GDHS-Kooperation angehören. Das Reifen- und Serviceangebot richtet sich nur an Endverbraucher. Den B2B-Handel mit Autohäusern und Werkstätten wickelt GDHS über das Portal tysys.de ab. Auch Bridgestone und Pirelli betreiben Internet-Portale zur Bestellabwicklung nur für Händler. Die Portale tyres-shop.de der Reifen Liebold GmbH aus Langenwolschendorf und tyre24.de, Domäne der Tyre24 GmbH aus

Kaiserslautern, verstehen sich als reine B2B-Handelsplattformen mit europäischer Ausrichtung. Tyre24, das nach eigenen Angaben größte Onlineportal für Reifen und Felgen, vermittelt gegen eine monatliche Gebühr von 22 Euro den Bestand von 80 europäischen Großhändlern ausschließlich an Reifenhändler, Autohäuser oder Werkstätten. Seit Jahresbeginn besteht eine Schnittstelle zu

Reifenhändler im Internet

Adresse	Anbieter	Ausrichtung
www.autoreifenonline.de	Delticom AG, Hannover	B to B
www.b2b-reifen.com	TYREX Reifen-Center GmbH & Reifen-Center GmbH, Hannover	B to B
www.gettygo.de	Gettygo GmbH, Bruchsal	B to B
www.reifen.com	TYREX Reifen-Center GmbH & Reifen-Center GmbH, Hannover	B to C
www.reifendirekt.de	Delticom AG, Hannover	B to C
www.reifenfix.de	GD Handelssysteme GmbH, Hanau	B to C
www.tyre.com	Reifen Flör oHG, Rheinbrohl	B to B
www.tyre24.de	Tyre24 GmbH, Kaiserslautern	B to B
www.tyres-shop.de	Reifen Liebold GmbH, Langenwolschendorf	B to B
www.tysys.de	GD Handelssysteme GmbH, Hanau	B to B
www.wheels-in-time.de	Wheels-in-Time GmbH, Detmold	B to B

eBay Motors. Die Reifen-Center GmbH betreibt neben dem Endkunden-Portal reifen.com auch eine B2B-Plattform (www.b2b-reifen.com). Zusätzlich wurden mittlerweile 29 Filialen eingerichtet, die Reifenservice und Verkauf anbieten. Bei Delticom beträgt der B2B-Anteil am Gesamtumsatz weniger als

fünf Prozent. In den Online-Shops des Unternehmens können sich Werkstätten und Autohäuser als Montagepartner registrieren lassen. In der Anmelde- maske werden Preisvorschläge für Montageleistungen unterbreitet. Eine Komplettmontage (Demontage und Montage der Rei-

fen, neues Ventil, Auswuchten und Radwechsel) wird beispielsweise mit 8,50 Euro pro Reifen kalkuliert.

Fraglich ist, ob der Montagepartner-Status Werkstätten neben zusätzlichen Kundenkontakten auch ökonomisch messbare Vorteile bringt. Ohne Mischkalkulation erscheint ein Montagepreis unter zehn Euro doch reichlich knapp bemessen. Ein höherer Betrag wird jedoch auf-

grund der Vergleichbarkeit im Portal kaum durchsetzbar sein. Für viele Werkstätten ist der Online-Einkauf aus dem täglichen Reifengeschäft nicht mehr wegzudenken. Dabei gibt oft nicht so sehr der Preis den Ausschlag, sondern die einfache Abwicklung der Bestellung. „Preislich ist der Online-Einkauf zwar auch recht interessant, aber vor allem die Zeitersparnis ist attraktiv“, meint Tim Jahnke, Geschäftsführer der auto + technik GmbH in Hamburg.

Order mit Zeitersparnis

Bestellungen in Minutenschnelle, keine Warteschleifen am Telefon und kaum Fehler bei Bestellvorgang und Lieferung sind für ihn schlagende Argumente für den Online-Einkauf. Jahnke nutzt wie andere Werkstätten das Online-Portal tyre24, das Offer- ten unterschiedlicher Anbieter auf-

Wolfgang Bobinger:
„Die Montage mitgebrachter Reifen ist ein heißes Eisen.“



listet. Nachteile dieses Konzepts: Die Lieferungsmodalitäten unterscheiden sich von Anbieter zu Anbieter. Aufgrund mehrerer Rechnungen, die per Bankeinzug beglichen werden, kommt es zu zahlreichen Kontobewegungen, die stets im Auge behalten werden müssen.

Der Kunde entscheidet

Die meisten Werkstätten verstehen das Internet nicht als alleinige, sondern als zusätzliche Möglichkeit, Reifen einzukaufen. Die Dringlichkeit entscheidet, wo Reifen geordert werden. Mladen Jankowic, Werkstatteleiter bei der W. Frisch GmbH in Forstinning: „Wir entscheiden über die Einkaufsquelle danach, was der Kunde wünscht. Wenn er schnell wieder mobil sein muss, kaufen wir beim Reifengroßhändler vor Ort. Der liefert, wenn die Reifen vorrätig sind, noch am selben Tag.“

Auch das Auto Technik Zentrum Rieck in Braunschweig kauft Reifen vorwiegend im Internet ein, weicht jedoch auf örtliche Großhändler aus, wenn die Pneus schnell verfügbar sein müssen. Bei Online-Bestellungen muss die Werkstatt durchschnittlich zwei Tage auf die Lief-

erung warten. Werden besondere Reifengrößen oder bestimmte Marken vom Kunden nachgefragt, nutzen selbst Vertragshändler, die ansonsten von ihrem Automobilhersteller beliefert werden, das Internet. Das Autohaus Reisacher, BMW Vertragshändler, kauft über das Portal tyre.com von Reifen Flör wegen der großen Auswahl an Sondergrößen. Und auch die Bobinger GmbH, Opel-Vertragshändler und Rädertuner aus Obergünzburg, und die Reifen Widholzer GmbH in München greifen zur Maus, wenn beim Reifenhersteller vergriffene Pneus beschafft werden müssen.

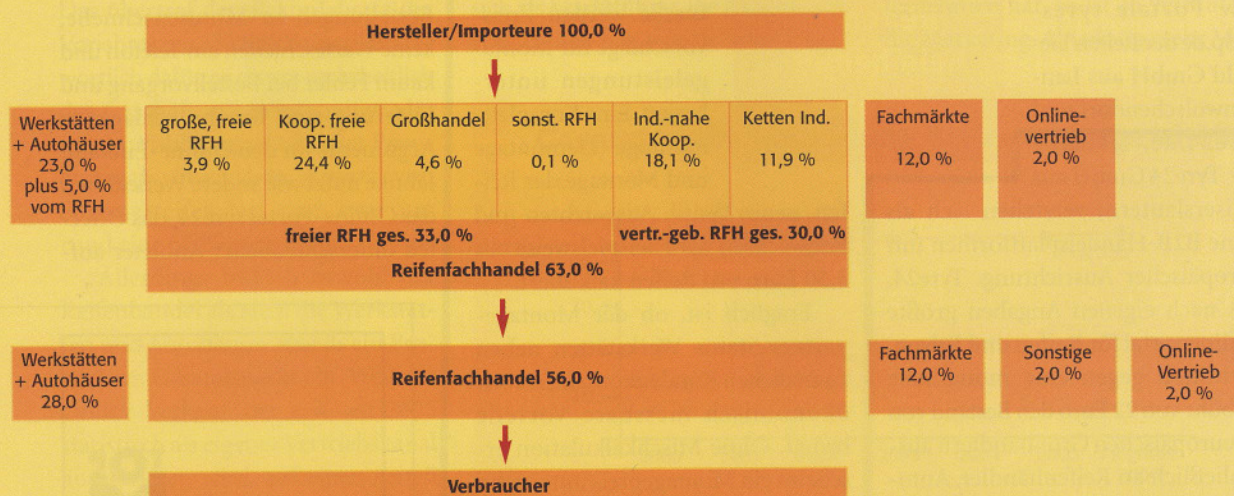
Dagegen sieht Peter-Michael Vogler, bei der Hamburger Dello-Gruppe verantwortlich für den Gesamteinkauf Teile und Zubehör, das Internet eher als Kontrollinstrument. Über die Techno-Einkauf GmbH handelt Dello direkt mit den Reifenherstellern die Konditionen für den Reifeneinkauf aus. „Die Preise werden regelmäßig über das Internet geprüft. Die Konditionen, zu denen wir über Techno einkaufen, sind mit den Preisen im Netz durchaus vergleichbar oder sogar günstiger“, so Vogler. Die Werkstätten setzen beim Reifeneinkauf übers Internet auf



Bild: Reich

seriöse Anbieter, weshalb auch die Erfahrungen durchweg positiv ausfallen. Bestellungs-, Lieferungs- und Zahlungsmodalitäten geben kaum Anlass zur Kritik. Kommt es jedoch zu Falschliefungen oder Transportschäden bei Alufelgen, gestaltet sich eine Reklamation ziemlich umständlich – Zahlung der falschen

Pkw-Reifen-Distribution (Ersatzgeschäft) in Deutschland



Stand: März 2006

Quelle: BRV



Ware, Neubestellung und erneute Rechnung sowie spätere Rücküberweisung der ersten Zahlung. Da auf Portalen wie tyre24 zahlreiche Anbieter aus dem In- und Ausland vertreten sind, ist auch das Risiko, alte Reifen zu erhalten, größer als beim Reifenhändler vor Ort. Kleinere Bestellmengen können zum Problem werden, wenn der Anbieter aus dem Ausland liefern muss. Aufgrund höherer Frachtkosten werden Kleinstbestellungen schon mal ignoriert, obwohl der gewünschte Reifen im Online-Shop als lieferbar deklariert war.

Montagevermittlung

Wie die Händler, so der Kunde: der Reifeneinkauf im Netz erfreut sich auch bei den Endverbrauchern wachsender Beliebtheit. Wenn nur die Montage nicht wäre. Viele Online-

Montage mitgebrachter Reifen: gemischte Gefühle aufgrund haftungsrechtlicher Konsequenzen

Portale tragen dem Rechnung und vermitteln Werkstätten vor Ort. Vor allem kleinere Händler lassen sich im Netz als Montagepartner registrieren, um den Kunden, der nicht zum Reifenkauf kommt, wenigstens zur Montage in den Betrieb zu lotsen. Dies dürfte ein Hauptgrund dafür sein, dass in vielen Werkstätten bislang kaum die Montage mitgebrachter Reifen nachgefragt wird.

25 bis 70% Aufschlag

Das Thema wird von den Werkstätten aufgrund haftungsrechtlicher Konsequenzen ohnehin mit gemischten Gefühlen betrachtet. Das Auto Technik Zentrum Rieck sieht den Montageservice als Kundengewinnungsinstrument. Andere wie die auto + technik GmbH oder das Autohaus Bobinger entscheiden von Fall zu Fall. „Die Montage mitgebrachter Reifen ist ein heißes Eisen.

Bei Durchlaufkunden würde ich sie ablehnen. Sie können ja auch nicht ins Restaurant gehen, Ihr Schnitzel mitbringen und dann sagen: Braten Sie es mal!“, formuliert Wolfgang Bobinger, einer der zwei Geschäftsführer der Bobinger GmbH, den Standpunkt vieler Werkstätten. Neben

Haftungsfragen spielt natürlich auch die Mischkalkulation aus Reifenverkauf und -montage, die ohne den Verkauf nicht mehr aufgeht, eine Rolle. Deshalb erhöhen viele Betriebe ihre Montagepreise, wenn der Kunde die Reifen „fremdgekauft“ hat. Die Spanne reicht dabei von 25 bis 70 Prozent Aufschlag auf den ursprünglich kalkulierten Preis für die komplette Montage inklusive Material.

Kerstin Hadrath, Udo Schwickal

Nahezu jeder versteht sich als Marktführer, aber nur selten werden Zahlen veröffentlicht

Die neue Auswuchtmaschine

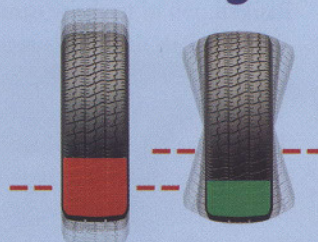
GSP9200 von Hunter



SmartWeight™ Technologie als Standard.

Sparen
Sie mit

SmartWeight™



Auswuchtgewichte um **MINDESTENS 30%** reduzieren, **OHNE** Einbußen des Fahrkomforts

SmartWeight™
die Revolution in der Auswuchttechnik

Interessiert??
Dann nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

HUNTER
Deutschland GmbH

Am Weidegrund 10
82194 Gröbenzell
Tel.: 08142 / 580 556
Fax: 08142 / 580 557
Mail: info@hunter-d.de
www.hunter-d.de