

PRESSEMITTEILUNG

Patricks Reifenservice als Z Store Partner

Wie sich Skepsis in Begeisterung verwandelte

Am Rande des Schwarzwaldes in der Nähe von Rottweil, der ältesten Stadt Baden-Württembergs, liegt “Patricks Reifenservice”, der als freier Reifenhandel im 6.000-Seelen-Ort Deißlingen ganz klassisch alle Werkstatteleistungen rund um’s Rad anbietet. Seit der Gründung 2009 disponiert Inhaber Patrick Bechtold (32) sein Lager mit Tyre24 und gewinnt Kunden über Reifen-vor-Ort. In kurzer Zeit wurde er zu einem der erfolgreichsten Vermarkter des Reifenabos - dem er vorher kritisch gegenüber stand. Wie das geht, erzählt er im Interview.

Frage: Wie haben Sie das erste Mal vom Reifenabo erfahren und was war Ihr Eindruck?

Patrick Bechtold: Als ich das erste Mal davon bei Facebook gelesen hatte, dachte ich mir, was soll dieser “Blödsinn”. Ich war mir sicher, dass der Autofahrer so ein Produkt nicht will und auch nicht braucht. Deshalb konnte ich mir auch nicht vorstellen, als Z Store Partner dabei zu sein.

Frage: Sie sind mittlerweile sehr erfolgreich als Z Store Partner, was hat Sie überzeugt, doch bei dem Reifenabo dabei zu sein?

Patrick Bechtold: Meine Frau. Sie war zwar anfangs auch nicht überzeugt davon, aber sie fand die Idee Reifen zu abonnieren innovativ und cool. Sie meinte, dass das Abo-Modell mittlerweile in vielen Bereichen und Branchen angeboten wird und sich dort auch etabliert hat, und warum sollte dies nicht auch in der Reifenbranche möglich sein. Nachdem ein Außendienstmitarbeiter von ALZURA/ Z Tyre uns das Reifenabo in einem langen Gespräch ausführlich erklärt hatte, minderte sich meine anfängliche Skepsis immer mehr und ich entschloss mich im Mai 2016 dem Ganzen eine faire Chance zu geben und als Z Store Partner mitzumachen. Aber richtig und mit Herzblut und nicht halbherzig. Und diese Entscheidung hat sich bisher mehr als ausgezahlt. Meine anfängliche Abneigung hat sich in Begeisterung gewandelt. Knapp 100 abgeschlossene Abos zeigen, dass die Kunden sehr wohl diese neue Form der Reifennutzung wollen.

Frage: Was heißt, dass Sie “richtig” dabei sind? Wie bieten Sie das Reifenabo Ihren Kunden an und was ist Ihr Schlüssel zum Erfolg?

Patrick Bechtold: Eins vorweg, von Anfang an wurde fair und transparent von ALZURA/ Z Tyre kommuniziert, dass ich die Chance auf hohe Margen und Erträge habe, aber im Gegenzug die Werbung und den Vertrieb für das Produkt übernehmen muss.

Das Wichtigste um als Z Store Partner erfolgreich zu sein, ist, dass man selbst an das Produkt glaubt und es wirklich auch verkaufen will. Gerade weil es ein neuartiges Produkt ist, das es in der Form bisher noch nie gab, kann man den Kunden davon nur überzeugen, wenn man es selbst ist.

Ein Erfolgsfaktor bei mir war, dass ich das Reifenabo wann und wo immer möglich dominant bewerbe, um die Neugier und das Interesse der Kunden dafür zu wecken. Sei es in meinem Betrieb, in den sozialen Medien, bei der Teilnahme an einer Gewerbeschau oder bei der Schaltung von Anzeigen in lokalen Medien. Neben dem kostenlos zur Verfügung gestellten Werbematerial nutze ich am Point of Sale auch eigenentwickeltes Werbematerial wie Visitenkarten oder Bildschirmschoner mit Infos zum Reifenabo. Die umfassenden Maßnahmen zeigten schnell Wirkung. Viele Kunden fragten am Tresen schon von selbst nach dem Reifenabo. Als Schlüssel zum Erfolg hat sich bewährt, dass man sich die Zeit nimmt, das beratungsintensive Abomodell jedem Kunden beim Verkaufsgespräch aktiv anzubieten. Ich habe erlebt, dass viele Kunden - wie ich auch - zuerst sehr skeptisch sind. Wenn man sich aber die Zeit nimmt, möglichst auch während der Saison, um Ihnen den Ablauf und die Vorteile zu erklären, ändern sehr viele ihre Meinung und entscheiden sich für das Abo.

Frage: Das Reifenabo wird zusammen mit der neuen und unbekannten Reifenmarke Z Tyre angeboten. Gibt es da nicht Rückfragen von Kunden?

Patrick Bechtold: Ehrlich gesagt, sehr viele sogar. Die Kunden kennen die Marke nicht und wollen oftmals zunächst wissen, was Z Tyre für ein Reifen ist und ob dieser was "taugt". Die Tatsache, dass es sich bei Z Tyre um einen in Europa entwickelten Premiumreifen handelt und die Möglichkeit die Reifen bei Unzufriedenheit innerhalb von 14 Tagen im Rahmen einer Zufriedenheitsgarantie problemlos zurückgeben zu können, überzeugt die Kunden aber meistens sehr schnell.

Welche Kunden haben sich bisher für das Reifenabo entschieden?

Patrick Bechthold: Bisher haben sich Kunden in jeder Altersklasse und mit den unterschiedlichsten Autotypen für das Reifenabo entschieden. Der jüngste Abokunde bei mir ist 18, der älteste 62. Deshalb ist es auch wichtig, das Reifenabo jedem Kunden vorzustellen und aktiv anzubieten. Die meisten Abos wurden bisher an Stammkunden verkauft. Was bei dem Reifenabo sehr ausgeprägt ist, ist die Mund-zu-Mund-Propaganda. Das Reifenabo erzeugt große Aufmerksamkeit. So konnte ich schon zahlreiche Neukunden gewinnen, die auf das Reifenabo durch positive Rückmeldungen von bisherigen Nutzern aufmerksam wurden.

Welche Verbesserungen wünschen Sie sich für die Zukunft?

Patrick Bechthold: Was ich sehr an der Zusammenarbeit mit ALZURA/ Z Tyre schätze, ist die partnerschaftliche Zusammenarbeit. Die Rückmeldungen und Verbesserungsvorschläge von Kunden und uns Händlern werden ernst genommen und oftmals auch umgesetzt. So vermisste ich am Anfang eine Marketingunterstützung von ALZURA /Z Tyre, um das Reifenabo bekannt zu machen. Mit der Einführung eines professionellen Performance Marketings bei google und Co. im September wurde ein bedeutender Schritt getätigt, um den Bekanntheitsgrad des Abos weiter zu erhöhen. Werden wie angekündigt im nächsten Jahr das Angebot an Reifengrößen vergrößert und Komplettträder mit ins Sortiment aufgenommen, bin ich mir sicher, dass sich noch mehr Kunden dafür entscheiden und das Abo sich zu einer festen Größe etabliert.



Haben sich mit Z Tyre-Reifen schon für das nächste Frühjahr eingedeckt: Patrick und Daniela Bechtold.



Wurde vom Skeptiker zum Befürworter des Reifenabos: Patrick Bechtold bei der Reifenmontage.



Bei Fragen zum Reifenabo steht Außendienstmitarbeiter Christopher Völker mit Rat und Tat zur Seite.

Pressekontakt

Torsten Kühne
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
SAITOW AG
Gewerbegebiet Sauerwiesen
Technologie-Park I & II
67661 Kaiserslautern, Germany
Mail: torsten.kuehne@saitow.ag
Telefon: +49 6301-600 1005