



PRESSEMITTEILUNG

Jahresauftakt der Handelsmarketing-Initiative (HMI) bringt die Reifenhändler für 2022 auf Kurs

Wien, 17.03.2022. Auf der digitalen Tagung der österreichischen HMI-Partner Anfang März zeigte Bernhard Hoffmann, Retail Manager Austria, zusammen mit den Experten von Goodyear Retail Systems (GRS) und Goodyear Austria den fast 50 Teilnehmenden, warum auch 2022 ein gutes Jahr mit stabiler Entwicklung werden wird.

„Wir schauen auf das gute Ergebnis der HMI-Betriebe im Jahr 2021 und sind stolz auf das, was die Gruppe geleistet hat“, startete GRS-Geschäftsführer Goran Zubanovic positiv. „Wir dachten, dass wir jetzt auf ein erfolgreiches Sommerreifengeschäft setzen könnten, aber nun überlagert die neue Krise unsere weitere Planung für die Zukunft“. Dennoch glaubt er, dass sich der klassische Reifenfachhandel nicht so stark verändern werde, da die Vermarktung von Pkw- und Lkw-Reifen weiterhin den Schwerpunkt bilde und dafür Kompetenz rund um Dimensionsvielfalt und Montage gefragt sei. Die Chancen stünden sehr gut, dass man die von GRS und HMI gemeinsam definierten Ziele trotz der weiterhin großen Herausforderungen erreiche, so Zubanovic überzeugt. Aufgrund von Lieferengpässen bei Kfz-Bauteilen sei neben den Fahrzeugneuzulassungen mit neuen Fahrzeugtypen ein wachsender älterer Fahrzeugbestand zu erwarten. „Das gibt uns Zeit, neben unseren gewohnten Aufgaben nach und nach die neue Technik besser kennenzulernen und uns durch Schulungen und Weiterbildungen auf das neue Kundenklientel einzustellen“, versicherte er den Teilnehmenden.

Was den Markt und auch die HMI-Partner noch länger beschäftigen werde, seien die Veränderung der Vertriebswege, der Ausbau der digitalisierten Prozesse, der demografische Wandel, die Suche nach Fachkräften und der eigene Beitrag zum Klimaschutz. „Der Druck auf die Unternehmer wird größer, hier aktiv zu werden. Die Kunden erwarten ein Umdenken bei den Werkstätten. Besonders der Druck durch die Flotten- und Leasingkunden steigt. 2025 müssen wir klimaneutral sein, um weiter als Handelsnetzwerk gelistet zu werden“, so Zubanovic.

Dass die HMI-Gruppe bereits auf einem guten Weg sei, stellte Bernhard Hoffmann in seiner anschließenden Ansprache deutlich heraus. Vier neue Standorte hätte das Netzwerk im letzten Jahr dazu gewinnen können. Das Thema Digitalisierung sei die treibende Kraft, auf die die HMI-Zentrale zunehmend bei allen Maßnahmenpaketen für die Partner setze. Ziel sei dabei, neue Kunden und auch fähige Mitarbeiter zu gewinnen. Hoffmann stellte in Auszügen die BBE-Studie „Reifen/Autoservice

2025“ mit dem Expertencheck vor und zeigte eindrucksvoll auf, wie viele Haken in der letzten Zeit für eine gut vorbereitete Zukunft des Reifenhändlers seitens HMI schon gesetzt worden seien. „Wir fördern die Qualifikation mithilfe unseres GRS-eigenen Trainingscenters, bieten mit unserem Warenwirtschaftssystem *tiresoft 3* das Herzstück für sämtliche digitalisierten Prozesse in den Betrieben, setzen auf Dialog und Kommunikation mit unseren Händlern und Kunden und achten darauf, dass frühzeitig Nachfolger in den Betrieben mit aufgebaut werden“, erklärt Hoffmann.

Benjamin Obererlacher, Marketing Specialist Retail Austria, stellte den „Kunden im Wandel“ vor und mit welchen neuen Werbe- und Verkaufsmaßnahmen man ihn überall erreichen kann. „Der Endverbraucher regelt sein Leben zunehmend per Smartphone und das rund um die Uhr, wenn es ihm gerade in den Sinn kommt. Dabei wird er immer bequemer und erwartet die ständige Erreichbarkeit des Reifenhändlers mit seinen Angeboten oder für Terminabsprachen – entweder im Netz über die Website, am besten mit integriertem Webshop und Online-Terminplaner, oder live vor Ort. Da müssen wir ihn überall abholen.“ Jan-Philip Münnich, Marketing Specialist Retail Germany, ergänzte, dass bereits über 100.000 Online-Termine mit einem Umsatz von über 10 Mio. Euro im letzten Jahr über die ganze GRS-Gruppe in Deutschland, Österreich und Schweiz im Bereich E-Commerce generiert wurde. Er stellte den österreichischen HMI-Partnern die Entwicklung neuer Services für den Online-Terminplaner als auch für den Warenkorb vor und kündigte Adyen als künftigen neuen Zahlungsanbieter an.

Wie wichtig der Leistungsbaustein 4Fleet Group für die Zukunft der Partner ist, zeigte Christian Kreuter, Key Account Manager 4 Fleet Group Austria. Nach den herausfordernden Zeiten der Pandemie mit weniger Kilometerlaufleistung und fehlenden Neuwagenabsätzen, sei nun ein positiver Trend bei den Umsätzen mit Leasinggesellschaften und Fuhrparks u. a. auch bei den Dienstleistungen zu erkennen. Mit elf weiteren Standorten sei das Netzwerk in Österreich auf 134 4Fleet-Stützpunkte angewachsen. Ziel sei es auch in 2022, die Marktposition weiter auszubauen und die Leistungsfähigkeit als professioneller Flottendienstleister noch bekannter zu machen.

Neben der Unterstützung der Partner bei digitalen Prozessen, mit modernen Vertriebs- und Marketing-Tools, neuen Trainingsangeboten und bewährtem Flottenmanagement setzt die HMI-Kooperation als eine tragende Säule auf eine gute Konditionsgestaltung für die Partner im Einkauf. Thomas Knirsch Salesmanager Goodyear Austria, und Helmut Pesch, Geschäftsführer der Freien Reifeneinkaufs-Initiative (FRI), zeigten wie wichtig verlässliche Einkaufsquellen guter Produkte und eine Bündelung der Einkaufsmengen für die Gruppe sind. Während die HMI-Partner bei der Goodyear durch den Direktbezug der Konzernprodukte inklusive Vertriebsunterstützung und Marketingprogrammen profitieren, handelt die FRI bei allen anderen Reifenmarken, Felgenanbietern und Werkstattausstattungen gute Konditionen für die Gruppe aus. Pesch forderte die Händler auf, ihr Einkaufsverhalten den neuen Bedingungen anzupassen: „Aufgrund der aktuellen Entwicklungen erwarten wir dieses Jahr bei bestimmten Reifen und Größen eine Verknappung. Aus unserer Sicht kann eine höhere Bevorratung wieder sinnvoll sein.“

Bernhard Hoffmann und Tassilo Rodlauer, General Manager Consumer Goodyear Austria, freuten sich auch bei diesem digitalen Format über die rege Teilnahme der Partner und Fragen an die Experten – wenn diesmal auch nur über die Chatfunktion.

Fotos (© GRS):

- GRS Geschäftsführer Goran Zubanovic
- Manager Retail Austria Bernhard Hoffmann

Diese Presseinformation sowie Bildmaterial finden Sie nebst weiteren Informationen über die Goodyear Retail Systems zum Download unter www.g-rs.at

Pressekontakt:

Goodyear Retail Systems GmbH

Anne Reck

Xantener Straße 105

50733 Köln

Tel. +49 (221) 9 76 66 246

Fax +49 (221) 9 76 66 576

E-Mail: anne.reck@g-rs.com