



PRESSEMITTEILUNG

Quick Reifendiscount stellt sich den Herausforderungen 2026 mit Know-how und etablierten Prozessen

Köln, 04.03.2026. Bei eisiger Kälte trafen sich Anfang Februar Filialleiter und Unternehmer des Fachhandelskonzepts Quick Reifendiscount zu ihrer Jahrestagung im Courtyard by Marriott Hotel in Wolfsburg. Im Mittelpunkt standen die Herausforderungen innerhalb und außerhalb der Branche sowie die Frage, wie diesen im anstehenden Frühjahrsumrüstgeschäft begegnet werden kann. Gleichzeitig wurden die guten Ergebnisse der Quick-Gruppe unter den derzeit schwierigen Markt- und Rahmenbedingungen präsentiert und sorgten für eine entsprechend entspannte Atmosphäre.

Benjamin Lipps, Leiter Quick Reifendiscount, begrüßte die Teilnehmenden mit einem Rückblick auf das Jahr 2025. Wie der Wettbewerb musste sich auch das Franchisesystem der Goodyear Retail Systems (GRS) mit einem angespannten Marktumfeld auseinandersetzen: knappe Personalressourcen und hohe Fluktuation, unter Druck stehende Reifenroherträge, steigende Betriebskosten sowie ein verändertes Suchverhalten der Kunden durch den Einsatz von KI. Dennoch konnte die Quick-Gruppe das Jahr dank ihres guten Serviceangebots mit einer Gesamt-Rohertragssteigerung von +2,6 % abschließen.

GRS-Geschäftsführer Goran Zubanovic motivierte die Quick-Partnerinnen und -Partner, weiterhin gemeinsam mit der GRS-Zentrale an der Produktivität der Betriebe zu arbeiten. „Auch wenn uns 2025 sehr gefordert hat, müssen wir gerade in anspruchsvollen Zeiten unsere Mitarbeitenden mit auf die Reise nehmen, Aufgaben transparent erläutern und Entscheidungen für ein gutes Betriebsergebnis treffen: Alles, was messbar ist, ist auch veränderbar. Wir unterstützen Sie dabei!“ Es gebe zahlreiche Anzeichen, die Zuversicht rechtfertigten: Der Fahrzeugbestand wachse weiter und werde älter, Arbeitsplätze im Handwerk seien sicher und Spezialistentum im Handel bleibe gefragt. Auch wenn der Automarkt derzeit wenig Erholung zeige, würden Reifen – unabhängig von der Antriebsart – weiterhin benötigt. „Steigern Sie Ihre Attraktivität als Arbeitgeber und zeigen Sie Ihre Kompetenz nach außen, um gute Leute zu gewinnen“, lautete sein abschließender Rat.

Was Quick als Marke ausmacht und wie der Markenkern 2026 weiter geschärft werden kann, um Neukunden zu gewinnen und Bestandskunden langfristig zu binden, bildete den Schwerpunkt der Marketingvorträge. Mit der aufmerksamkeitsstarken Kampagne „Spar Dir den Vergleich – Besser gleich zu Quick“ startet das Konzept Anfang März in die Saison. Nationale und lokale Werbemaßnahmen unterstützen die Partner bei der Kundenansprache.

Darüber hinaus soll die Marke Quick durch einen optimierten Online-Shop mit verbesserter Produktdetailansicht, neuen Checkboxes und einer vereinfachten Online-Terminbuchung – auch direkt über Google – zusätzliche Sichtbarkeit im Netz gewinnen. Neue Zahlarten, Finanzierungsmöglichkeiten sowie die Erweiterung mobiler Beahldienste wie PayPal, Google Pay, Apple Pay und Klarna erhöhen den Komfort für Kundinnen und Kunden – sowohl online als auch vor Ort. Neu im GRS-Angebot für 2026 sind buchbare CRM-Pakete für die Quick-Betriebe. Sie sollen den Kontakt zu Kunden auch nach dem Kauf von Ganzjahresreifen und längeren Werkstattintervallen aufrechterhalten. Sie ergänzen das bestehende Angebot von Marketing-Newslettern mit aktuellen Saisonangeboten, Erinnerungen zur Einlagerung und der Aufforderung zur Bewertung des letzten Werkstattbesuchs.

Wie wichtig die Unterstützung der Partner in herausfordernden Zeiten ist, zeigten die Vorträge der GRS-Experten aus den Bereichen VMI (Vendor Managed Inventory) und Warenwirtschaft. Das Spektrum reichte von Hinweisen zur VMI-Planung für eine möglichst präzise und termingerechte Reifenlieferung 2026 bis hin zu Weiterentwicklungen von TireSoft3 – etwa einer neuen Drucker-App, angepassten Rechnungsbelegen, der Integration von Einlagerungsdaten in die Digitale Arbeitskarte sowie der Vorbereitung des E-Rechnungsversands rechtzeitig zum Pflichttermin ab dem 01.01.2027.

Besonderes Interesse weckte die neu vorgestellte Telefonanbindung „Phone Connect“ für TireSoft3. In der laufenden Pilotphase werden bei eingehenden Anrufen die Basis-Kundendaten direkt auf dem Bildschirm angezeigt. Die Händler erwarten dadurch Vorteile im Tagesgeschäft, wie etwa Zeitersparnis bei der Dateneingabe, einen direkten Überblick über die Kundenhistorie und eine persönlichere sowie kompetentere Beratung.

Informationen zu den für 2026 erwarteten Trends im Reifen- und Felgenmarkt sowie zu Verfügbarkeiten und Konditionen lieferten die Freie Reifeneinkaufs-Initiative FRi sowie Vertreter der Goodyear Germany GmbH. Frank Titz, General Manager Replacement Sales Consumer DACH, und Jens Breitenstein, Customer Development Manager Germany, stellten das Produktportfolio aus dem Hause Goodyear vor, das 2026 durch die Neupositionierung der Marke Cooper im Tier-2-Segment ergänzt wird. In einer Workshop-Runde konnten Fragen zur Vermarktung der breit aufgestellten Produktrange im Bereich Pkw, 4x4 und Lkw geklärt werden.

Zum Abschluss fasste Benjamin Lipps die Kernaussagen der Tagung zusammen und formulierte die Ziele für 2026: „Unser Schwerpunkt liegt auf der Optimierung unserer Kosten und Erträge, um die Profitabilität der Betriebe weiterhin zu sichern. Eine zentrale Aufgabe

wird es sein, gute Mitarbeitende zu gewinnen und langfristig zu binden. Mit der Erweiterung unseres Reifenportfolios um die Marke Cooper, einer stärkeren Markensichtbarkeit von Quick und der klaren Positionierung als Discounter, die bei den Kunden gefragter ist denn je, können wir unsere Jahresziele in allen 52 Betrieben erreichen.“

Bei der Ehrung der 10-, 15- und 20-jährigen Quick-Jubilare sowie der Verabschiedung von Peter Vogt, der sich über 20 Jahren aktiv für Quick engagiert hat, wurde der enge Zusammenhalt innerhalb des Konzepts besonders deutlich.

Gestärkt durch den Austausch und das Miteinander nahmen die Teilnehmenden klare Impulse und Prioritäten für die kommenden Monate mit in ihre Betriebe.

Fotos (© GRS / Heidi Scherm):

- Quick-Tagung, Quick-Leiter Benjamin Lipps
- Quick-Tagung, GRS-Geschäftsführer Goran Zubanovic
- Quick-Tagung, Plenum (2x)
- Quick-Tagung, Vertreter der Goodyear Germany GmbH: Frank Titz, General Manager Replacement Sales Consumer DACH, und Jens Breitenstein, Customer Development Manager Germany, (hinten links)

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

Pressekontakt

Anne Reck

Manager Public Relations Retail EU Central

Goodyear Retail Systems GmbH

Xantener Str. 105, 50733 Köln

Tel. +49 (0)221 97666-246

Mobil +49 (0)173 53 59 054

anne.reck@g-rs.com

Sitz und Registergericht Hanau,

Amtsgericht Hanau HR B 91630

Geschäftsführer:

Goran Zubanovic, Dirk Krieger

