

schäftsführer Hans-Jürgen Drechsler, der der ersten Prognose von Mitte Januar zufolge im laufenden Jahr mit einer genau gegenläufigen Absatzentwicklung rechnet. „Nach Wegfall des erwähnten Sondereffektes wird sich die Branche in den Produktgruppen Pkw- und Lkw-Reifen wahrscheinlich auf Absatzrückgänge zwischen fünf und sechs Prozent einstellen müssen. Dagegen halten wir in den Segmenten Lkw- und EM-Reifen ein etwa fünfprozentiges Plus für möglich, weil die derzeit vorliegenden wirtschaftlichen Rahmendaten auf eine leichte Stabilisierung der Konjunktur hinweisen. Die absoluten Stückzahlen werden dabei jedoch auch in 2010 unter denen des Jahres 2008 bleiben.“ Für Motorrad- und AS-Triebrad-Reifen rechnet der BRV mit einer Stagnation der Absatzzahlen.

Zitat

„Erbschaftsteuer heißt: Nur weil einer stirbt, muss er noch mal Steuern zahlen.“

(Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle beim Festakt zum 100jährigen ZDK-Jubiläum, gelesen in Automobilwoche)

BRV-Blitzumfrage zum Geschäftsjahr 2010

## Gelassenheit, Hoffnung und viele Unwägbarkeiten

**M**it welchen Erwartungen gehen Sie in das Jahr 2010? Diese Frage stellte die T&F-Redaktion am 19. Januar mit der Bitte um Antwort innerhalb einer knappen Woche an insgesamt 19 Reifenhändler, Vertreter von Herstellern, Handelsketten und Kooperationszentralen sowie den Betreiber eines Online-Portals.

Wenngleich Prognosen von heute schon morgen von Entwicklungen im Wirtschaftsleben überholt werden können, so zeichnen die auf die Blitzumfrage eingegangenen Statements doch ein interessantes Bild von der Stimmung in der Branche zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres:

aufgrund des guten Wintergeschäftes in 2009/2010 muss man hier eher mit einem Rückgang rechnen.

Jedoch sehen wir Wachstums-Potenzial bei Runflat-Reifen.

Im Bereich 4x4 gehen wir von einem Wachstum von ca. drei Prozent aus, der Bereich Leicht-Lkw wird voraussichtlich stabil bleiben.

Wir werden das Pkw-Segment durch neue Produkte stärken wie den High Performance-Reifen Potenza S001 und den bereits 2009 erfolgreich in den Markt eingeführten, Energie sparenden Reifen Turanza ER300 Ecopia.

**Lkw:** Für 2010 erwarten wir eine weitere Erholung der Wirtschaft in Deutschland. Dies ist im Wesentlichen begründet durch die steigende Investitionsbereitschaft und eine Erhöhung des Außenhandels gegenüber 2009.

Die führenden Wirtschaftsinstitute (z.B. BDI) erwarten ein Wachstum des Bruttoinlandsproduktes um 1,5 bis 2,0 Prozent. Das in 2009 gestartete Konjunkturpaket wird auch noch in 2010 für eine Belebung der Wirtschaft sorgen. Dies ist vor allem durch öffentliche Bauprojekte zu erwarten.

Durch die steigende Nachfrage ist eine Belebung der unterschiedlichen Produktionszweige zu erwarten. Die Nutzfahrzeugsparte erwartet eine Steigerung der Produktionszahlen um 4 Prozent. Dies alles wird zu einem Wachstum des Transportvolumens und der Güterverkehrsleistung führen.

Für 2010 wird ein Wachstum der gesamten Transportnachfrage von ca. 1,5 Prozent erwartet. Die Prognose für den Straßengüterverkehr für 2010 sieht eine Steigerung im Transportaufkommen von 1,2 Prozent und 2,0 Prozent in der Transportleistung.



**Benoît Raulin,**  
**Geschäftsführer**  
**Bridgestone**  
**Deutschland GmbH,**  
**Bad Homburg**

**Pkw:** Insgesamt gehen wir im Segment Pkw von einem Rückgang bei Sommerreifen im einstelligen Prozentbereich aus, der im Winterbereich noch etwas stärker ausfallen kann – unter anderem durch die Nachwirkungen der Abwrackprämie und den Rückgang der Neuzulassungen in 2010. Auch

Daraus resultierend erwarten wir eine Erhöhung des Lkw-Reifenersatzmarktes von ca. 5 Prozent für das kommende Jahr.

**Motorrad:** Im Segment Motorradreifen erwarten wir eine stabile Marktsituation im Vergleich zum Jahr 2009. Zwar sind die Prognosen für den Neufahrzeugverkauf nicht rosig, allerdings ist der tatsächliche Motorradbestand stabil. Wir gehen von einer durchschnittlich höheren Fahrleistung in 2010 aus. Zusätzliche Marktanteile versprechen wir uns von dem neuen Tourensportreifen BT023. Dieser Reifen ist in dem für die Zukunft stärksten Segment im Bereich Motorradreifen angesiedelt. Erheblich bessere Nasslaufeigenschaften, gepaart mit hoher Laufleistung, versprechen eine sehr gute Akzeptanz beim Endverbraucher.

**EM:** Den in den Jahren 2006 bis 2008 überproportionalen Steigerungen des EM-Reifenbedarfs folgte im Jahre 2009 der drastische Absturz (- 40 Prozent). Aufgrund der Tatsache, dass die Steigerungen der vergangenen Jahre sehr stark mit erhöhtem Bedarf der Erstausrüstung zusammen hingen, wird es in 2010 um die Abdeckung des „realen“ Ersatzgeschäftsbedarfs gehen. Dabei werden die in 2009 zusätzlich negativen Faktoren wie hoher Lagerbestand sowohl bei den Erstausrüstern, Endverbrauchern als auch bei Reifenhändlern überwunden sein und somit wird der kommende Auftragseingang auch die Belieferung von Industrie zu Handel nach sich ziehen. Laufende Bauprojekte und „Konjunkturbelebungsprogramme“ stellen die Basis für eine mögliche Marktsteigerung von ca. 10 Prozent dar.

**AS:** Ähnlich dem EM-Markt zeigten auch hier die Jahre 2008 und 2009 zwei völlig unterschiedliche Gesichter. Dem „AS Radialmarkt Höhepunkt“ in 2008 folgte ab 2. Halbjahr 2009 der „freie Fall“ und somit ein Gesamtminus von ca. 30 Prozent. Nimmt man von beiden Jahren den Mittelwert, kommt man der Realität für 2010 wahrscheinlich am nächsten, was eine Steigerung im Radialsegment von ca. 20 Prozent im Vergleich zu 2009 bedeuten würde. Die fehlende Investitionsbereitschaft der letzten fünf Monate wird zu einem stärkeren Bedarf in 2010 führen, da viele Kunden ihren Reifenkauf „aufgeschoben“ haben.

Tendenziell wird der Gesamtmarkt aber weiter schrumpfen, was ursächlich im stärkeren Rückgang aus dem Front- und Diagonalbereich resultiert und nicht durch Steigerungen im Radialsegment aufgefangen werden kann. Diese „Radialisierung“ und die Nachfrage nach großen bzw. breiten Reifen sowie Wachstum im Bereich „Radial Industrie & MPT“ werden den AS-Bereich auch zukünftig qualitativ stärken.



**Ralf Bechtold,**  
**Reifenhaus Bechtold**  
**GmbH, München**

Ein ereignisreiches Jahr 2009 ging wieder mal - viel zu schnell - zu Ende. Auf und ab ging es in den zurück liegenden zwölf Monaten und keiner ahnt nur ansatzweise, was das kommende Jahr bringen wird!

Wenn das Jahr 2010 nur ansatzweise so schlecht wird, wie das Jahr 2009 von all den Pessimisten angekündigt wurde, dann freue ich mich schon sehr auf die kommenden elf Monate - es war doch alles gut!

Es fegte kein Hurrican über Deutschland, der alle Gebäude zerstörte, es gab kein Erdbeben mit über 100.000 Todesopfern... Nein, es gab ein durchwachsenes Sommerreifengeschäft, es kam ein früher Wintereinbruch, der dafür sorgte, dass der geplante Winterreifenumsatz einen Monat vorgezogen wurde - auch nicht schlecht und die Läger wurden weitgehend bei allen Marktteilnehmern leer geräumt!

Was bringt denn eigentlich all die Pessimisten dazu, 2010 so negativ anzukündigen? Aber auch die Optimisten sollten Ihre Euphorie in Grenzen halten!

Dass wir wirtschaftlich die letzten Jahre von Aufschwung, Wachstum und Neuentwicklungen verwöhnt wurden, war eine schöne Sache, die ein gewisses „Wohlfühlgefühl“ mit sich bringt. Davon wollen sich die Optimisten unter uns offensichtlich - wohl vor allem geistig - nicht trennen.

Die Pessimisten, die schon versucht haben, die guten Jahre kaputt zu reden, gehen jetzt in Hochform auf, bringen sich jedoch nie aktiv in den Prozess der „Problemlösung“ mit ein.

Die Realisten sehen jedoch jeder Herausforderung aufrecht stehend ins Auge und gehen Probleme, die sie nur durch ihre aufrechte Haltung auch erkennen, besonnen, ruhig und sachlich an. Probleme sind dafür da, gelöst zu werden.

Meiner Meinung nach haben wir ein hartes, aber kein schlechtes Jahr vor uns. Es wird geprägt sein von Umdenken, Anpassen, Flexibilität, Besonnenheit und von Zurückhaltung.

Wie war das noch 1923 mit der Hyperinflation, mit der Weltwirtschaftskrise 1929, der Währungsreform 1948?

Alles was uns künftig bevorsteht, sind natürliche Prozesse, die uns prägen werden und uns vor neue Herausforderungen stellen. Weg vom „Wachstumsdenken“, weg von der „Profit-gier“, hin zum „Miteinander“.

Gleich was Analysten, Banker, Journalisten oder Politiker prognostizieren, es gilt – mehr denn je – die wahren Werte im Leben zu bewahren.

Das VERSTÄNDNIS füreinander, das LEBEN miteinander, das gegenseitige VERTRAUEN und nicht zuletzt die GESUNDHEIT sind die Basis für eine fundierte Zukunft - WERTE, die es wert sind, groß geschrieben zu werden...

Gleich wie die Krise die Welt verändert, wir müssen die Veränderung akzeptieren und uns den Gegebenheiten anpassen.

Hermann Hesse hat gesagt: „Damit das Mögliche entsteht, muss immer wieder das Unmögliche versucht werden.“ In diesem Sinne wünsche ich allen Kollegen, deren Familien und deren Mitarbeitern in den kommenden Monaten viel Erfolg - was Sie persönlich als Erfolg definieren - und vor allem Gesundheit.



**Peter Lüdorf,  
Gummi Berger  
Hans Berger KG,  
Gummersbach**

Selten konnten wir den zukünftigen Verlauf des Jahres so schlecht einschätzen wie für das Jahr 2010. Und dies gilt für fast alle Segmente.

Einerseits ist für uns die Entwicklung des Arbeitsmarktes nicht abzuschätzen. Die Zahl der Erwerbstätigen und der Arbeitslosen wird aber erhebliche Auswirkungen auf die Kaufkraft unserer Privatkunden haben. Auch die Entwicklung des Bruttosozialproduktes erscheint schwer vorhersehbar. Aber ein signifikantes Wachstum erwarten wir nicht. Darüber hinaus wird sich die Zahl der Neuzulassungen infolge der Abwrackprämie mit einem Null-Bedarf im Pkw-Reifen-Geschäft (Sommer wie Winter) niederschlagen.

Ob der gewerbliche Bereich des Pkw-Reifen-Geschäfts dies wird kompensieren können, bleibt dahin gestellt. Wir erwarten jedenfalls wegen der verlängerten Laufzeiten im Segment der gewerblich genutzten Fahrzeuge hier einen leicht erhöhten Bedarf. Auch könnte sich der Mix der verkauften Reifen noch einmal leicht in Richtung der größeren Dimensionen verschieben.

Insgesamt verbleibt im gewerblichen Bereich die Frage, ob die Wirtschaft in diesem Jahr anspringt oder nicht. Wenn wir die gesamte Automobilbranche mit den daran hängenden Industrien (Stahlindustrie, Maschinenbau und vor allem Autzulieferer) betrachten, haben wir da erhebliche Zweifel. Mit getroffen wird sicherlich die Bauindustrie und die gesamte Transportbranche...

Nach unserer Einschätzung wird sich das Lkw-Reifen-Segment bestenfalls stabil auf dem Niveau des zweiten Halbjahres 2009 entwickeln. Auch in den Nischen wie AS und EM erwarten wir kein deutlich besseres Jahr als 2009. Daher gehen wir von einem erneut schwierigen Jahr 2010 aus. Aber dies sollte bei uns keinen Pessimismus auslösen, sondern eine verstärkte und innovative Herangehensweise an unser Geschäft. Wir müssen die Kosten senken, den Service verbessern und den Kundennutzen noch besser herausarbeiten, Dienstleistungen verstärkt anbieten und uns auf unsere Stärken besinnen. Industrieunabhängig den Kunden nach seinen Bedürfnissen beraten und den freien Reifenfachhandel stärken. Wir denken, dass wir dort in unserer Kooperation und in unserer Flottenbetreuung in der jüngsten Vergangenheit wichtige Schritte gegangen sind, wenn auch noch weitere wichtige Schritte vor uns liegen.

Daher lautet unsere Devise, sich den Herausforderungen des Marktes mit Selbstbewusstsein und Kundenorientierung zu stellen. Wir werden weiter in unserem Unternehmen unsere Hausaufgaben machen und auf die Chancen des Marktes, wo immer sie sich bieten mögen, reagieren.



**Jochen Gehrke,  
Geschäftsführer  
EFR Einkaufsge-  
sellschaft Freier  
Reifenfachhändler  
mbH & Co. KG,  
Kassel**

Das Jahr 2010 wird für den Reifenfachhandel und die der EFR angeschlossenen Gesellschafter aus unserer Sicht in weiten Teilen das eigentliche Jahr der Wirtschaftskrise für unsere Branche werden.

Ähnlich wie der BRV gehen wir im Consumer-Bereich von rückläufigen Absatzzahlen aus. Dies gilt insbesondere für Pkw-Sommer- und noch stärker für Pkw-Winter-Reifen. Aufgrund dieser rückläufigen Marktprognose erwarten wir leider auch einen über alle Vertriebswege fortgesetzten Preiskampf, der die Roherträge des Handels negativ beeinflussen wird. Allenfalls Folgekäufe aus der 2006 in Kraft getretenen situativen



Winterreifenpflicht, gekoppelt mit der hoffentlich nachhaltig wirkenden derzeitigen Wintersituation (Ende Januar), könnten vielleicht doch für positivere Absatzchancen in 2010 sorgen.

Das Lkw-Segment dürfte nach allgemeiner Einschätzung leichte Wachstumstendenzen zeigen. Gleichwohl erwarten wir keine steigenden Stück-Roherträge.

Für den Autoservicebereich gibt es zwei gegenläufige Meinungen. Einerseits werden Umsatzrückgänge aufgrund der Abwrackprämieneffekte aus 2009 prognostiziert, andererseits sehen Optimisten zusätzliches Ertragspotenzial aus verändertem Einkaufsverhalten der Konsumenten, weg vom Autohaus, u.a. hin zu den herstellerunabhängigen Betrieben, wie sie auch bei EFR vorhanden sind. Angesichts der gegenläufigen Aussagen sehen wir uns nicht im Stande eine seriöse Prognose für diesen Bereich abzugeben.

Aufgrund der wenig positiven Rohertragsaussichten ist der mittelständische Fachbetrieb einerseits angehalten, zwar begrenzte, aber doch vorhandene Kostensenkungs- und Flexibilisierungsmaßnahmen zu ergreifen. Andererseits regen wir unsere Mitglieder mit unterstützenden Maßnahmen an, ihre Aktivitäten zur Kundengewinnung und -bindung zu verstärken.

Wir werden unseren Gesellschaftern weitere Angebote unterbreiten, ihre Prozessabläufe zu optimieren. Dies mit dem Ziel, Kosten zu senken oder aber Ressourcen für die aktive Kundenansprache zu schaffen.



**Dr. Rainer Landwehr,**  
**Vorsitzender der**  
**Geschäftsführung**  
**Goodyear Dunlop**  
**Tires Germany**  
**GmbH, Hanau**

Auch das Jahr 2010 wird für die Reifenindustrie ein Jahr mit großen Herausforderungen. Die Wirtschaftskrise ist aus unserer Sicht noch längst nicht überwunden, wenngleich die gegenwärtigen Konjunkturprognosen in der Mehrzahl von einem leichten Wachstum des Bruttoinlandsproduktes ausgehen. Vor diesem Hintergrund sehen wir die Entwicklung der Reifenersatzmärkte in 2010 durchwachsen.

Im Consumer-Segment gehen wir derzeit insgesamt mit einem leichten Marktrückgang aus. Dabei sehen wir in erster Linie das Standardsegment betroffen. Hier wird sich vor allem der Wegfall des im vergangenen Jahr durch die Abwrackprämie verursachten Nachfrageschubes nach Winterreifen bemerkbar machen. Die übrigen Marktsegmente sehen wir im Wesentlichen stabil auf dem Niveau des Jahres 2009.

Im Nutzfahrzeugsegment erwarten wir im Ersatzmarkt einen leichten Anstieg gegenüber 2009. Wir sind positiv gestimmt, dass wir hier nach den massiven Einbrüchen des vergangenen Jahres die Talsohle durchschritten haben und gehen in Übereinstimmung mit den Prognosen zur Entwicklung des Produktionsindexes von einer Steigerung des Marktvolumens in einer Größenordnung von rund fünf Prozent aus.



**Goran Zubanovic,**  
**Geschäftsführer**  
**GD Handelssyste-**  
**me GmbH, Köln**

Die Hoffnungen und Befürchtungen liegen nahe bei einander.

Ich denke, jedem müsste klar sein, dass wir weiterhin ein schwieriges wirtschaftliches Umfeld vorfinden werden. Es gibt ganz bestimmt einige Dinge, wo die Politik noch keine Antworten auf die zukünftigen Herausforderungen gefunden hat. Dies wird zur Verunsicherung in der Bevölkerung führen, weil sie nicht weiß, wo die Reise hin geht. Trotz aller Schwierigkeiten können wir ganz bestimmt sagen, dass wir uns im Ländervergleich immer noch auf der Insel der Glückseligen befinden.

Auf unsere Branche bezogen galt immer die Faustformel, nach einer guten Winterreifen-Saison folgt eine gute Sommerreifen-Saison. Ich denke, dass wir in diesem Jahr nicht automatisch davon ausgehen können, weil durch die Abwrackprämie im letzten Jahr überproportional viele Neufahrzeuge zugelassen wurden. Diese Fahrzeuge brauchen leider erst einmal keine neuen Sommerreifen. Andererseits verlief das Flottengeschäft letztes Jahr stark rückläufig (Neuzulassungen ./ . 22 Prozent). Hier gehen wir davon aus, dass die großen Fuhrparks wieder verstärkt neue Fahrzeuge beschaffen werden; dies würde für uns wiederum eine stärkere Nachfrage nach Winterreifen bedeuten.

Des Weiteren rechnen wir damit, dass die Talsohle des Lkw-Geschäftes im letzten Jahr erreicht wurde. Sodass wir in diesem Bereich wieder mit Steigerungen rechnen, allerdings auf einem verminderten Niveau gegenüber den guten Jahren 2007/2008.

Es bleibt schwierig, nur keiner kann sagen, wie schwierig es wird.

Das bedeutet, dass der Reifenhandel sich noch mehr auf seine Stärken besinnen und seine Führerschaft im Reifengeschäft ausbauen muss. Denn kein anderer Marktteilnehmer

hat diese Kompetenz, die es gilt auszubauen. Zu dem gilt es, komplementäre Geschäftsfelder im Autoservicebereich zu eröffnen bzw. weiter auszubauen.

Genau da sehen wir unsere zukünftigen Chancen für unsere Gruppe im Markt, und zwar wollen wir aus einer starken Position im Reifengeschäft heraus mit unseren vielseitigen Konzepten im Autoservicebereich dem Kunden eine ganzheitliche Serviceleistung bzw. Problemlösung anbieten. Dabei mangelt es bei uns nicht an Ideen, sondern an der Umsetzung.

Unsere größte Chance ist gleichzeitig unsere größte Herausforderung, nämlich, die vielen Vermarktungskonzepte erfolgreich umzusetzen. Keine einfache Aufgabe, aber die Herausforderung spornt uns immer wieder an, auch gerade deshalb, weil wir bei so vielen Partnern auf große Erfolge verweisen können.



**Dieter von Aspern,**  
**Vertriebsdirektor**  
**D, A, CH, Michelin**  
**Reifenwerke**  
**AG & Co. KGaA,**  
**Karlsruhe**

Die letzten Monate des Jahres 2009 zeigten eine spürbare Belebung des Geschäftes. Insgesamt nimmt die allgemeine Wirtschaftslage wieder an Fahrt auf. Leider ist bei einer Wiederbelebung der Wirtschaft wieder mit steigenden Rohstoffkosten zu rechnen.

Im Lkw-Bereich verzeichnen wir - wenn auch auf niedrigem Niveau - wieder Zuwachsraten. In 2010 gehen wir, bedingt durch eine Wiederbelebung des Transportmarktes auf der Grundlage einer steigenden Güterverkehrsleistung, grundlegend optimistisch. Im Saisonverlauf rechnen wir mit einem Wachstum. Die Herausforderung für unsere Kunden im Transport- und Speditionsgewerbe wird angesichts der Frachtraten und Kostenentwicklung die Steuerung der Rentabilität sein. Wir sind der Überzeugung, mit unseren aktuellen Produkten und unserem Vier-Leben-Konzept hier einen sehr guten Beitrag leisten zu können, die Wirtschaftlichkeit zu steigern. Hiervon wird auch der Reifenhandel profitieren. Eins ist jedoch klar, dass wir noch geraume Zeit brauchen werden, um auf die Reifenvolumen zu kommen, die wir noch bis ins Jahr 2008 realisiert haben.

Im Pkw-Ersatzgeschäft zeigte das Jahr 2009 eine ausgesprochen positive Entwicklung, bedingt durch den Witterungsverlauf und die durch die Abwrackprämie deutlich gewachsenen Pkw-Neuzulassungszahlen. Für 2010 rechnen wir mit einem stabilen Pkw-Sommerreifengeschäft. Der Win-

terreifenmarkt wird im Volumen rückläufig sein, da die Effekte aus der Abwrackprämie nur noch begrenzt auf die Entwicklung im Ersatzgeschäft Einfluss haben werden.

Unser Unternehmen geht insgesamt von einer positiven Entwicklung des Michelin-Geschäftes aus, da 2010 durch die Einführung von neuen Produkten (z.B. Michelin Pilot Sport 3 im Segment Sommerreifen und eine weitere Entwicklung des Alpin-Winterreifens, den Michelin Alpin A4) geprägt wird. Zudem entspricht die Gesamtkonzeption unserer Produkte im Sinne der Energieeffizienz, der Langlebigkeit bei gleichzeitig sehr guter Fahrsicherheit auf hohem Qualitätsniveau, hervorragend den Erwartungen der Kunden und entspricht voll und ganz den Anforderungen, die von der europäischen Kommission (Labelling 2012) gesetzt wurden.

**Christian Duda,**  
**Leiter Vertrieb & Marketing,**  
**Reifen-Müller, Berlin**

**Befürchtungen:** Meines Erachtens ist die „Krise“ noch nicht vollständig bei uns, das heißt bei unseren Kunden angekommen. Ich gehe im Segment der privat genutzten Pkw-/Lkw von einer weiteren Reduktion der Fahrleistungen in 2010 aus, sowie weiterhin spürbarer Zurückhaltung der Verbraucher bezüglich Umrüstungen auf Breitreifen/Aluräder im Frühjahr 2010.

**Ideen/Notwendigkeiten:** Wir werden unsere Kernkompetenz, d.h. die Geschäftsfelder Pkw-/Lkw-Reifen (Endverbraucher und gewerbliche Verbraucher) und Services, weiterhin nicht zu „Gunsten“ (?) anderer Geschäftsfelder wie z.B. Kfz-Services verlassen/vernachlässigen, sondern vielmehr ausbauen. D.h. hier wollen und werden wir um so mehr und stärker investieren, um für unsere Kunden der verlässliche Partner „rund ums Rad“ zu sein.

Entscheidend dafür z.B.: Hochwertige Produkte, hervorragende, wertvolle Dienstleistungen/Services als zwingende Voraussetzung für hochwertige Produkte, Ausbau und nachhaltige Fortführung der Qualifikationen aller Mitarbeiter im Verkauf und Service (z.B. wir werden in diesem Jahr das zweite und dritte Training bzgl. UHP/RunFlat-Reifen mit WdK-Zertifikat durchführen, BRV-Reifenfachverkäufer-Seminar, Auszubildende), Ausbau des anlassbezogenen Dialogmarketings, Optimierung und Steuerung aller Prozesse, d.h. in der zentralen Verwaltung, im Verkauf, Service und Lager, Qualitätslabel für Verkauf/Service.

**Chancen:**

- Trotz bzw. wegen aller „Aktivitäten“ im Onlinehandel sehe ich weiterhin Chancen für den stationären Handel. Dies nicht degradiert zum „Schrauber“, sondern als der kompetente, transparente und faire Reifenfachhändler/Reifenserviceleister mit qualifiziertem Personal am POS (Point of Service)
- Weitere Kapazitätserhöhung in den saisonalen Spitzen (Winter), d.h. Expansion auf vorhandener Fläche
- Optimierung/Ausbau unseres Filialnetzes, aber nicht Flächenexpansion um jeden Preis.



**Michael Borchert,**  
**Geschäftsführer**  
**Marketing und**  
**Vertrieb, Pirelli**  
**Deutschland**  
**GmbH, München**

Für 2010 erwartet Pirelli, aufgrund der starken Fokussierung von Automobilindustrie, Politik und Endverbraucher, eine weiterhin steigende Bedeutung von umweltoptimierten Reifen. Hierbei handelt es sich jedoch nicht ausschließlich um die Verbesserung einzelner Produkteigenschaften, sondern vielmehr um die Optimierung der kompletten Wertschöpfungskette - beginnend bei der Auswahl der Rohstoffe, über intelligente Produktionsprozesse bis hin zum Altreifenrecycling.

Dieser Bedarf wird natürlich auch unterstützt und verstärkt durch das in 2012 in Kraft tretende Reifenlabel.

Was die Entwicklung der einzelnen Produktionsportfolios in 2010 anbelangt, gehen wir davon aus, dass das Sommerreifengeschäft auf Niveau des Vorjahres liegen wird mit leichten Einbußen im Pkw-Segment, dafür jedoch mit Zuwächsen im SUV-Segment aufgrund der gestiegenen Neuzulassungen insbesondere bei den kleinen SUV's. Wir rechnen mit leicht sinkender Nachfrage im Privatkundengeschäft, dagegen mit einer Wiederbelebung des Flotten- und Leasinggeschäftes.

Das Winterreifengeschäft wird unserer Einschätzung nach in 2010 rückläufig sein, bedingt durch die hohe Umrüstquote der Abwrackprämien-Neuzulassungen im letzten Jahr. Hinzu kommt, dass der Fahrzeugbestand von Altfahrzeugen sich damit reduziert hat.

Für unseren Motorradreifenbereich sind wir für 2010 sehr optimistisch. Neue Produkte, eine motivierte Mannschaft und der Lagerabbau im Handel führen zu dieser positiven Einschätzung.

Das Lkw-Business ist abhängig von der Nachhaltigkeit des Wirtschaftswachstums in 2010 und den Nachwirkungen der Finanzkrise. Wirtschaftswachstum fördert den Warentransport und damit das Speditionsgewerbe, auf der anderen Seite sind noch nicht alle Bilanzen dieser krisengebeutelten Branche veröffentlicht. Ein Restrisiko ist hier nicht ganz ausgeschlossen.

Was die finanziellen Risiken betrifft ist sicher auf vereinzelte Autohäuser und Werkstätten zu achten, da der zu erwartende Einbruch bei den Neuzulassungen nicht von jedem Fahrzeugvermarkter durch entsprechendes Kostenmanagement aufgefangen werden kann - dieses Szenario hat natürlich auch unmittelbaren Einfluss auf das Reifengeschäft in diesem Distributionskanal.

Insgesamt kann man sagen, dass die vom BRV kürzlich veröffentlichten Marktprognosedaten sehr fundiert sind und sich mit unserer Einschätzung grösstenteils decken. Bei Motorrad und Pkw Sommer sind wir einen Tick optimistischer.

Zwei wichtige Faktoren zum Schluss sind nach unserer Einschätzung noch erwähnenswert:

1. Im ersten Quartal ist mit partieller Warenknappheit zu rechnen. Gründe hierfür sind das verlängerte Winterreifengeschäft, der Kapazitätsabbau durch Kurzarbeit bzw. Werkschließungen, der starke Lagerabbau an Reifen und Rohstoffen auf Herstellerseite und letztlich ein Wiedererstarken der Nachfrage nach Erstausrüstungsreifen Anfang 2010.
2. Wenn die Entwicklung der Rohstoffpreise weiter so fortbesteht, wie der aktuell ansteigende Trend ausweist, wird mit Preiserhöhungen in der laufenden Saison zu rechnen sein.



**Hans-Ulrich**  
**Röske, Geschäfts-**  
**führung Pneumobil GmbH,**  
**Breuberg**

Grundsätzlich sehen wir das Geschäft in 2010 durchaus optimistisch, wobei hier jedoch viele unbekannte Faktoren im Spiel sind.

Problematisch sind und bleiben die Preise. Hier sind wir bestrebt insbesondere die Dienstleistungspreise weiter zu stabilisieren und zu erhöhen.

Parallel bauen wir uns durch die Vermarktung von Feelpure Partikelfiltern derzeit ein weiteres Geschäftsfeld auf. Auf der einen Seite übernehmen wir damit im Auftrag des Pirelli Kon-



zerns die Aufgabe des Generalimporteurs Deutschland. Zum Anderen wird uns dieses Geschäft auch adäquate Zusatzerträge ermöglichen. Soweit unsere Betriebe die Voraussetzungen erfüllen, werden wir dort auch Filter einbauen und somit eine deutlich bessere Grundaustattung für diese Betriebe erreichen. Dieses Geschäftsfeld ist neu für uns, aber es könnte - wie erste Ergebnisse zeigen - für die nächsten Jahre eine attraktive Ergänzung zu unseren Standardaktivitäten darstellen.

Alles in allem gehen wir also optimistisch in das Jahr. Wir haben uns viel Arbeit aufgeladen, aber wir sind zuversichtlich, dass wir auf dieser Basis unsere Ziele erreichen werden.

---

**Gerhard Ludwig, Reifenzentrale  
Rieger&Ludwig GmbH, Augsburg**

Eine Prognose für den Reifenhandel 2010 ist aus heutiger Sicht sicherlich nicht einfach, da meines Erachtens erst abgewartet werden muss, ob in diesem Jahr ein Wirtschaftswachstum zu verzeichnen ist.

Für unser Unternehmen sehen wir folgende Entwicklung in 2010: Wir erwarten, dass das Pkw-Sommerreifengeschäft inklusive SUV sich wie im vergangenen Jahr auf gleichem Niveau halten wird. Insbesondere im UHP-Bereich und SUV könnte im Endverbraucher-Geschäft auch ein leichtes Wachstum möglich sein. Im Bereich des Autoservice-Geschäftes wird das Wachstum der vergangenen Jahre sich wohl nicht wiederholen, da die hohen Zulassungszahlen der Neufahrzeuge sicherlich den Reparaturbedarf reduzieren werden.

Für uns wird insbesondere wichtig sein, wie sich das Geschäft im Nutzfahrzeug-Bereich inklusive Lkw entwickeln wird. Wir hoffen, dass sich die steigenden Verkaufszahlen der letzten Monate so weiter entwickeln und wir am Jahresende eine Stückzahlsteigerung von 5 Prozent erreichen können.

Während wir im Jahre 2009 ein deutlich besseres Winterreifengeschäft als im Vorjahr feststellen konnten, so dürfen wir mit diesen Umsätzen dieses Jahr nicht mehr rechnen. Wir befürchten einen deutlichen Rückgang der M+S Stückzahlen, sollten aber für eine genauere Prognose die Neuzulassungszahlen der nächsten Monate abwarten.

Die bedeutet für unser Unternehmen, dass wir uns sowohl im Kostenbereich wie in der Preiskalkulation auf diese Umsatzprognosen einstellen müssen. Es wird erforderlich sein, dass wir neue Geschäftsfelder und Dienstleistungen erschließen um den Rückgang in anderen Bereichen auszugleichen.



**Manfred Strobel,  
point S Strobel  
Reifen + Service  
GmbH, Hof**

Im vergangenen Jahr ist unser Unternehmen vielleicht gerade mit einem blauen Auge davon gekommen. Im Pkw-Bereich haben wir Zuwachs, bei Lkw das Vorjahr knapp erreicht, in der Lkw-Kalt-Erneuerung zweistelligen Rückgang. Die gestiegenen Kosten konnten keinesfalls aufgefangen werden.

Leider sehe ich für 2010 keine spürbare Erholung. Durch die Abwrackprämie werden bei Kleinwagen eher Umsatzrückgänge zu erwarten sein, bei Mittel- und Oberklasse-Fahrzeugen könnte ein geringer Zuwachs eintreten. Doch werden kaum bessere Erträge zu erwirtschaften sein, da der Konkurrenz- und damit Preisdruck (auch durch Internet) zunehmen wird. Lkw-Reifen werden auf niedrigem Niveau stagnieren, da durch den Rückgang der Industrieproduktion kein höheres Transportvolumen zu erwarten ist. Darunter wird auch die Lkw-Reifenerneuerung leiden. Die Industrie wird den Weg über den Großhandel fortsetzen, da ein langfristiges Konzept zur höherpreisigen Vermarktung fehlt. Wenn jeder Hinterhofhändler zu gleichen Preisen einkaufen kann wie wir, wird der Wettbewerb härter. Deshalb wird das Jahr 2010 schwierig bleiben.

Kfz-Service kann ein bisschen zum Rothertrag beitragen, doch daran gesunden werden wir nicht. Da im ebenfalls hart umkämpften Markt der freien Werkstätten wir überwiegend nur die Fahrzeuge abgreifen können, die auf den Hof kommen, bleibt auch dies ein saisonabhängiges Geschäft. Höhere Erträge sind nirgendwo in Sicht, aber die Kosten steigen. Es führt kein Weg daran vorbei, die Kosten zu senken. Da darin der größte Block die Personalkosten sind, wird es unvermeidlich sein, diese durch Kurz- und/oder Zeitarbeit, Rationalisierung u.a. zu senken. Wir hoffen, dass unsere Firmenphilosophie der höchsten Servicequalität uns unsere vielen Stammkunden erhält und weitere dazu gewinnen lässt.

„Ein Auto ist erst dann schnell genug, wenn man morgens davor steht und Angst hat, es aufzuschließen.“

(Rallye-Legende Walter Röhrl; gelesen in Auto Bild)



**Marco Stezelow,**  
Verkaufsleiter  
Deutschland/  
Österreich, Toyo  
Tire Europe GmbH,  
Neuss

**Segment Winter:** Durch die anhaltende winterliche Wetterlage hält das Wintergeschäft noch an. Insgesamt hat der diesjährige Winter dem Handel sehr gut getan. Durch das früh einsetzende Umrüstgeschäft und die fehlende Verfügbarkeit in vielen Dimensionen war der Preisdruck relativ gering.

Insgesamt hat die Umrüstung nahezu ihren prozentualen Sättigungsgrad erreicht. Die eingelagerte Ware beim Handel ist nahezu abverkauft, da das Geschäft noch anhält. Diese Tatsache allein lässt eine positive Prognose zu. Die Erfahrung dieses Winters führt dazu, dass die Bereitschaft zur Bevorratung steigen wird.

Außerdem werden wir unseren Handelspartnern für die kommende Wintersaison einen neuen M&S-Reifen mit weiter verbesserten Eigenschaften zur Verfügung stellen können.

**Segment Sommer:** Das kommende Sommergeschäft schätzen wir für den Gesamtmarkt für sehr verhalten ein. Aufgrund der Neuzulassungen im Jahr 2009 wird die Nachfrage stark rückläufig sein. Die Einlagerungsbereitschaft des Handels bewegt sich nach unserer vorläufigen Einschätzung auf niedrigerem Niveau als im Vorjahr.

Bedauerlicherweise wird der Preisdruck in verschiedenen Segmenten des Sommerreifen-Bereiches stärker.

Für die Firma Toyo erwarten wir, entgegen dem Markttrend, eine leichte Absatzsteigerung durch die Neueinführung unseres UHP-Reifens Proxes T1 Sport und unseres neuen Economy-Reifens Proxes Ne. Zudem konnten wir gerade unseren Proxes T1 Sport für mehrere Modelle der AUDI Erstausrüstung platzieren.

**Segment SUV:** Nach wie vor liegen wir im SUV-Bereich vollkommen im Markttrend.

In Zukunft wird die Nachfrage für SUV-Fahrzeuge (speziell im Bereich Cross-Over) steigen.

Toyo konnte sich in den Oberklasse-Fahrzeugen stark etablieren.

**Segment Transporter:** Im Bereich Transporter stellten wir eine verstärkte Nachfrage fest, die schätzungsweise auch in 2010 anhalten wird. Dies ist unter anderem durch die Erhö-

hung der Lkw-Mautgebühr begründet. Speziell im Güternah- und Warenlieferverkehr wird der Einsatz von Transportern noch weiter ansteigen.

**Segment Lkw:** Momentan ist die Lage im Bereich Lkw sehr schwer einzuschätzen, jedoch ist zu hoffen, dass der negative Trend des Vorjahres nicht anhält und sich der Markt erholt.

Zum jetzigen Zeitpunkt ist es für Toyo schwierig eine Prognose für das Jahr 2010 abzugeben.



**Michael Saitow,**  
Geschäftsführer  
Tyre24 GmbH,  
Kaiserslautern

Die Tyre24 GmbH sieht diesem Jahr sehr zuversichtlich entgegen. Wir wollen mit der Erschließung des französischen und österreichischen Marktes unsere Geschäftstätigkeit erweitern und so den Europa-Gedanken aktiv leben. Weiterhin haben wir uns das Ziel gesetzt, nach unserem Rekordjahr 2009 auch 2010 ein Umsatz- und Kundenwachstum im zweistelligen Prozentbereich zu erzielen.

Allein die Tatsache, dass der Großteil der produzierten Winterreifen in der letzten Saison an Großhändler ging und dann zu einem hohen Prozentsatz über unsere Plattform an die Reifenhändler vermittelt wurde, lässt uns sehr positiv stimmen. Denn wir sind uns sicher, dass sich dieser Trend fortsetzt und der Online-Reifenhandel sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich immer mehr an Bedeutung gewinnt. Und gerade in den von Branchenkennern prognostizierten schwierigen Zeiten werden die Vorteile, die stetig verbesserte Leistungsfähigkeit und die Serviceleistungen unserer Plattformen [www.tyre24.de](http://www.tyre24.de) und [www.reifen-vor-ort.de](http://www.reifen-vor-ort.de) nicht nur unsere ca. 12.000 Bestandskunden, sondern noch viele weitere Reifenhändler überzeugen.

Unsere Befürchtung für dieses Jahr ist, dass sich immer mehr semiprofessionell geführte Online-Portale auf den Markt drängen. Denn durch solche Plattformen, die mehr durch ihre Profitgier statt durch ihre Leistungs- und Servicequalität glänzen, entsteht in der Branche zu Recht eine schlechte Meinung und Stimmung über diese Online-Portale, die dann auf die seriös und professionell geführten Online-Portale abstrahlt.





**Jürgen Marth,  
Geschäftsführer  
Vergölst GmbH,  
Hannover**

Trotz widriger Prognosen konnten wir auch in 2009 unsere positive Geschäftsentwicklung fortsetzen. Meine Einschätzung ist, dass auch 2010 noch keine bemerkenswerte Änderung der wirtschaftlichen Lage zu verzeichnen sein wird. Kurzfristige Aktionen wie beispielsweise die Abwrackprämie gaben der Automobil-Branche eine Chance, kurz Luft zu holen, werden aber insgesamt verpuffen.

Umdenken ist angesagt. Wir bauen auf unsere Mitarbeiter, ihren Ideen, ihrem Know How und der Bereitschaft, Verantwortung für ihr Unternehmen zu übernehmen, sich weiterzubilden und selbst innovative Ideen einzubringen.

Die Möglichkeiten sind vorhanden. Wir hatten lange nicht so kalte und schneereiche Winter wie in den letzten zwei Jahren. Mittlerweile lässt sich auch eine regionale Verschiebung des Winterreifen-Geschäftes verzeichnen. Das bedeutet neue Chancen und ein positives Wintergeschäft nun bundesweit.

Teile des Sommergeschäfts könnten noch von den Folgen der Abwrackprämie leicht geschwächt sein. Unser Focus liegt aber weiterhin im Ausbau des Hofgeschäfts und einer weiteren Optimierung unseres Vorsprungs im Pkw-Flottengeschäft. Wir erwarten durch neue und bereits vorhandene Kundenbindungsprogramme ein stärkeres Endverbrauchergeschäft. Positive Effekte erwarten wir auch mit der weiter verstärkten Einbindung des Autoservice-Geschäftes und zielgruppenspezifischen Angeboten.

Wir arbeiten bereits mit starken Partnern und haben uns einen Vertrauensbonus aufgebaut. Das macht auch andere Interessenten auf uns aufmerksam, mit denen wir eine Steigerung des Neukundengeschäfts fortführen möchten.

Im Lkw-Geschäft glauben wir das Schlimmste hinter uns zu haben und bauen darauf, dass die gesamte Branche und somit auch wir von wieder steigenden Transportvolumen profitieren.



**Rolf Kurz,  
General Manager  
Sales & Marketing,  
Yokohama Reifen  
GmbH, Düsseldorf**

Die Yokohama Reifen GmbH steht dem Jahr 2010 mit einer guten Portion Optimismus und Gelassenheit gegenüber. Wir teilen zwar die Auffassung, dass es auch im Jahr 2010 in einigen Marktsegmenten weitere Rückgänge geben wird, aber wir glauben auch, dass wir, basierend auf einer sehr klaren Vertriebspolitik und sehr handelsorientierten Konzepten, den richtigen Weg eingeschlagen haben und so gut auf diese Entwicklungen vorbereitet sind.

Eine konkrete Prognose können und werden wir nicht abgeben, denn die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen lassen sich aus unserer Sicht nicht ausreichend einschätzen. Wer hätte noch vor wenigen Monaten ein so positives Wintergeschäft erwartet? Wer hat damit gerechnet, dass der Handel nun mit etwas mehr Rückenwind in das neue Jahr gehen kann?

In seinem Newsletter zum Jahreswechsel hat der BRV folgendes Zitat von Friedrich Schiller abgedruckt: „Die wahren Optimisten sind nicht überzeugt, dass alles gut gehen wird. Aber sie sind überzeugt, dass nicht alles schief gehen wird.“ Diesem Gedanken schließen wir uns gerne an.

Wir beobachten allerdings, dass sich der Wettbewerb auf allen Ebenen weiter verstärkt, und dass damit die Frage nach der richtigen Produktpolitik und dem richtigen Partner weiterhin von zentraler Bedeutung sein wird.

Für uns ist es daher auch wichtig, dass sich Handel und Industrie auf die Kernkompetenzen konzentrieren, und dass man sich nicht als Wettbewerber das Leben schwer macht. Yokohama hält sich an diesen Grundsatz. Auch darf es nicht sein, dass wir Produkte oder Dienstleistungen unnötig abwerten. Weder die überflüssige Diskussion um das Reifenalter, noch eine Montageleistung zum Nulltarif werden uns aus der zu erwartenden schwierigen Marktsituation heraushelfen. Gute Produkte und Dienstleistungen sowie ehrliche Konzepte waren und sind die beste Antwort auf ein schwieriges wirtschaftliches Umfeld.

Hier liegen unsere Stärken. Wir sind davon überzeugt, dass wir als Yokohama gemeinsam mit dem Reifenfachhandel den Schwierigkeiten trotzen und die sich ergebenden Chancen hervorragend nutzen können. Wie gesagt: „Wir sind Optimisten!“