

A man with a short haircut, wearing a red long-sleeved shirt, is shown in profile, looking upwards and to the left. He is holding a black tire with both hands, examining its tread. The background is filled with many other tires stacked on shelves, suggesting a tire store or a workshop.

Hannes Brachat

SERVICEKOMPETENZ

Räder- & Reifen- Management (RRM) im Autohaus

AUTOHAUS

Buch & Formular

SERVICEKOMPETENZ

Räder- & Reifen- Management (RRM) im Autohaus

AUTOHAUS

Buch & Formular

© 2011 Springer Automotive Media in der Springer Fachmedien München GmbH,
Aschauer Straße 30, 81549 München
www.auto-business-shop.de

1. Auflage 2011
Stand 08/2011

Lektorat: Sarah Weiß
Herstellung: Silvia Sperling, Markus Tröger
Satz & Layout: satz-studio gmbh, Bäumenheim
Umschlaggestaltung: Bloom Project GmbH, München
Titelbild: © Kaarsten – Fotolia.com
Druck: Kessler Druck + Medien, Michael-Schäffer-Str. 1, 86399 Bobingen

Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Das Werk ist mit größter Sorgfalt erarbeitet worden. Eine rechtliche Gewähr für die Richtigkeit der einzelnen Angaben kann jedoch nicht übernommen werden.

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Folgenden die männliche Form (z.B. Verkäufer) verwendet. Bei personenbezogenen Aussagen sind selbstverständlich Frauen und Männer gleichermaßen gemeint.

ISBN 978-3-89059-176-6

Vorwort: Reifen-Profis mit Profil!	8
1 Reifenmarkt – globale und nationale Dimensionen	13
1.1 Der Reifen(ersatz)markt – ein komplexes Spinnennetz	13
1.2 Der deutsche Reifenersatzmarkt	17
2 Kundenverhalten und Kundenanforderungsprofile zum Räderwechsel und zur Reifeneinlagerung	20
2.1 Welche Wünsche verbindet der Autofahrer mit dem Thema Räderwechsel? ..	20
2.2 Kundenanforderungen beim Räderkauf.	22
3 Strategische Ausrichtung des Räder- & Reifengeschäftes ..	24
3.1 Potenziale und Chancen	24
3.2 Strategische Ausrichtung des Reifengeschäftes im Autohaus	26
4 Marketing & Verkauf	30
4.1 Räder- & Reifen-Präsentation	31
4.2 Werbematerialien für Räder & Reifen	37
4.3 Werbeanschreiben, Anzeigen und Internetauftritt Räder & Reifen	41
4.4 Aktionen im Autohaus – Boxenstopp	50
4.5 Marketing Räder & Reifen in Verbindung mit dem Neu- und Gebrauchtwagenverkauf.	54
5 Räder- & Reifen-Management im Flottengeschäft/ für gewerbliche Kunden	58
6 Räder- & Reifen-Services	63
6.1 Services und Zusatzverkäufe rund um Räder & Reifen	63
6.1.1 Services beim Räder- & Reifenwechsel	63
6.1.2 Felgenreinigung und Felgenreparaturen	64
6.1.3 Felgenversiegelung auf Nano-Basis	65
6.1.4 Reifengas spart Sprit und schont den Reifen	66

6.1.5	Eco-Service – die „grüne Werkstatt“	66
6.1.6	Reifendruckinformationssysteme	67
6.1.7	Elektronische Profiltiefenmesser für Mechaniker	67
6.2	„Grüne Pneus“	68
6.3	Räder- & Reifenratgeber	69
6.4	Lebensdauer von Reifen – ein Sicherheitsthema	71
6.5	Räder- & Reifenbeschädigungen	72
6.6	wdk-zertifizierter Reifenfachhandel	74
6.7	Reifengarantie	75
6.8	Reifenfülldruck	76
6.9	Reifendruckinformationssysteme	76
6.10	Elektronische Reifenvermessung	78
6.11	Präventive Fahrwerksvermessung	81
6.12	Altreifenentsorgung	84
7	Prozesse im Räder- & Reifen-Management	86
7.1	Räder- & Reifen-Management-QM Konzept am Beispiel Autohaus Kunzmann, Aschaffenburg	87
7.2	Räder- & Reifen-Prozessanalyse	89
8	Kundenrädereinlagerung	98
9	Räder- & Reifeneinkauf	107
10	Räder- & Reifen-Manager/-in	110
11	Kennzahlen zum Räder- & Reifen-Geschäft	113

Reifen-Profis mit Profil!

Jahr für Jahr werden auf dem deutschen Markt zwischen 51 Mio. und 54 Mio. Reifen im Reifenersatzgeschäft vermarktet. Eine gigantische Dimension! Rund die Hälfte davon sind Sommer-, die andere Winterreifen. Nahezu jeder vierte verkaufte Reifen ist heute ein UHP- bzw. Runflat-Reifen, genannt Ultra High Performance (Hochgeschwindigkeitsreifen) und/oder Runflat-Reifen. Runflat meint einen Reifen mit Pannenmobilität, der die Weiterfahrt nach einem Reifendefekt gewährleistet. Verwundert es ob derartiger Qualitätssprünge, dass in den Autohäusern das Thema „Runderneuerte Pkw-Reifen“ heute so gut wie keine Rolle mehr spielt und das Thema Gebrauchtreifen allenfalls im Bereich Gebrauchtwagengeschäft oder im Reifendirektverkauf über Internet praktiziert wird? Einige Autohäuser sind bereits mit einem eigenen Online-Reifenvertriebskanal unterwegs, vor allem im gehobenen Reifen-segment. Von Brabus, über AMG bis zu Lorinser u.a. Das alles schließt einen eigenen Räder- und Zubehörkonfigurator im Internet mit ein.

Lassen Sie jetzt das Bild des „stuntracer“ Jeffry Korth auf sich wirken und Sie erkennen, was die „Beine des Autos“ heute im wahrsten Sinne des Wortes zu „verkräften“ haben, ebenso, was sie können! Die Konsequenz für die Branche: Hightech Reifen benötigen Hightech-Dienstleistungen!



Quelle: Hannes Brachatz, Bridgestone-Veranstaltung im Mai 2011, Weimar; mit Jeffry Korth, „stuntracer“

Diese Forderung durch den BRV (Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk e.V.) richtet sich nicht nur an die Adresse des Hauptwettbewerbers im Reifengeschäft für das Autohaus: den Reifenfachhandel. Er gilt gleichermaßen für die Autohäuser, die inzwischen 35 Prozent Marktanteil im Reifenersatzgeschäft halten. Die markengebundenen Kfz-Werkstätten 22 Prozent und der Reifenfachhandel 44 Prozent. Der BRV hat für Reifenfachhandel den „wdk-zertifizierten Fachhandelsbetrieb“ kreiert, über den der Kunde sofort von außen erkennen kann, welcher Betrieb mit welcher Räder- & Reifen-Kompetenz ausgestattet ist. Die Voraussetzungen für die Verleihung des wdk-Emblems kann auch jedes Autohaus erfüllen – siehe Kap. 6.6. Im sichtbaren Reifen-Fachbekenntnis hat das klassische Autohaus sichtbaren Nachholbedarf.

Hochwertige Reifenprodukte sind gleichzusetzen mit dem Wert Sicherheit. Täglich ereignen sich vier Unfälle mit Personenschaden, die Mängel an der Bereifung als Ursache haben. Zum Faktor Sicherheit kommt inzwischen die ökologische Sicht der Dinge hinzu und wird über **Öko-, Spritspar-, Leichtlauf- oder Eco-Reifen** massiv gepowert. Die Aussagen über Eco-Reifen schwanken zwischen 5 bis 25 Prozent Verbrauchsreduzierung. Was stimmt nun? Die Branche kann und sollte dieses Thema viel gewichtiger und wirkungsvoller nach vorne tragen.

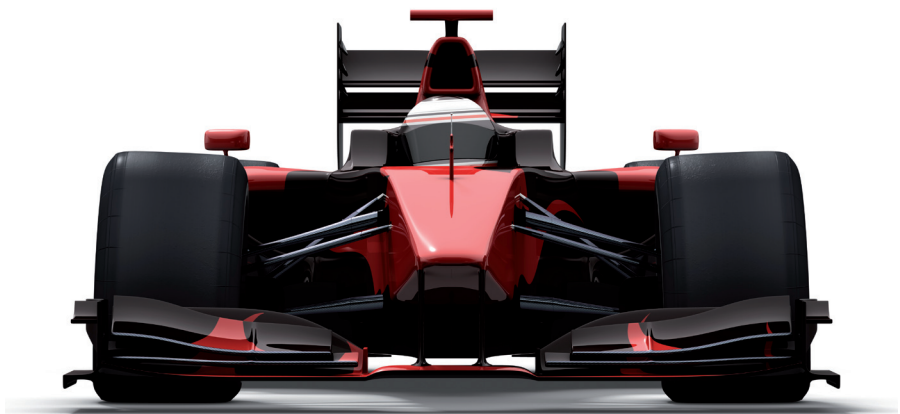
Das Thema Preis spielt auch im Reifengeschäft eine tragende Rolle. Vielfach mischen die Reifenhersteller über Zweit- und Drittmarken hier zwiespältig mit. Den Fachhandel drängt man zu absolutem (Preis-)Premium und selbige Produkte oder auch vergleichbare Qualitäten werden über Drittkanäle am „sauberen Handel“ vorbei in den Markt gedrückt. Der Beweis: Vergleichen Sie die Reifenpreise markanter Herstellermarken für Premiumreifen über den Vertriebskanal Autohaus, über den freien Reifenfachhandel und dann schauen Sie die Premiummarken bei ATU an. Doppelzüngigkeit pur!

Ein ziehender Baustein im Reifengeschäft kann die „**Reifen-Flatrate**“ werden. Dieses „**Rundum-Sorglos-Paket**“ umschließt neben dem Anschaffungspreis die Beratung, den Verkauf, Finanzierung, Montage, Entsorgung, Einlagerung, Sichtprüfung und die Reifengarantie ein. Von zehn Autofahrern wissen acht nicht, mit welcher Reifenmarke sie in ihrem eigenen Auto unterwegs sind. Es besteht in Wahrheit bei den Autofahrern so gut wie kein Markenbewusstsein für die „Beine des Autos“! Wer aber einen Preis X erzielen möchte, wer erreichen möchte, dass beim Kunden die Gesamtleistung zählt, sollte beginnen, mit Überzeugung am Markenimage zu feilen – an der Reifen-Marke wie an der eigenen Handelsmarke. Die zentrale Frage lautet: Wie wichtig ist mir die eigene **Reifenmarke**? Und das gilt es deutlich zu artikulieren!

Fügen wir den Bereich der Felgen hinzu, vom aktiven Felgenverkauf, von der individuell gestalteten Felge bis zur Felgenreparatur, so wird ein weiteres Geschäftsfeld deutlich. Hand aufs Herz, wer kennt die zehn beliebtesten Felgenmarken? Nach ams-Kundenprioritäten geordnet sind diese:

1. BBS
2. Borbet
3. OZ
4. Rial
5. Ronal
6. ATS
7. Alutec
8. RH
9. Azev
10. AEZ/Alcar

Die Felgendefizite werden damit offensichtlich!



© braverabbit – Fotolia.com

BMW hat für seine Organisation die Ausbildung zum/r „Reifen- und Räder-Manager/-in“ eingeführt. Wer die Vielfalt und die professionelle Umsetzung des Räder- & Reifen-Managements vor Augen hat, findet diesen Weg gut so. Es geht um die Planung des gesamten Räder- & Reifengeschäftes, um Bestandsmanagement, um die Planung und Organisation der Kundenrädereinlagerung, um die gesamte, auch zeitlich richtig gestaltete Einkaufspoli-

tik, um die Preiskalkulation und ganz massiv um das Thema wirtschaftliche Prozessgestaltung im Räder- & Reifenwechsel, ferner um die Beurteilung von Reifenschäden. Nicht zuletzt sollte die Integration des DMS mit Terminplanungsprogrammen gegeben sein.

Nehmen wir uns als Vorbild den Reifenwechsel bei der Formel 1. Gut, die Felge ist hier mit einer „Mutter“ befestigt. Reifenwechseldauer: 5 bis max. 7 Sekunden! Das wird im Formel 1-Zirkus hundertfach geübt! Die Prozesse im Autohaus dauern pro Reifenwechsel bis zu 61 Minuten – siehe Kap. 7. Wobei es nicht nur um Schnelligkeit um jeden Preis geht.

Der Kunde sollte sich während „seines Räderaufenthaltes“ wohl und gut beraten fühlen. Aufgrund der abzuarbeitenden Mengen veranstalten zahlreiche Autohäuser Boxen-Samstage mit Catering-Frühstück. Erste Autohäuser veranstalten die Reifennacht, „**Tyres in the night!**“. Man geht also bei der Thematik Räderwechsel im Autohaus bislang in der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung sehr großzügig über die Prozessdauer des einzelnen Vorganges hinweg. So aber lässt sich das Reifenmanagement im Flottengeschäft nicht optimieren – siehe Kap. 5!

Gehen wir einen Schritt weiter. Zu leicht wird grundsätzlich argumentiert, dass der Kunde zwei Mal pro Jahr über das „Reifen-Hotel“ an das Autohaus gebunden sei. Die Gegenfrage sei erlaubt: Was wird aus diesem zweimaligen Kontakt tatsächlich in den Autohäusern gemacht? Auch darin ist Optimierungsbedarf angesagt – siehe Kap. 6.1. Sprich, die Branche ist gehalten, das Thema **Räder- & Reifen-Management (RRM)** viel markanter unter wirtschaftlicher Sicht anzugehen. Daher finden Sie in Kap. 11 die wichtigen Kennzahlen zum Reifengeschäft. So können Sie den eigenen Standort im RRM „einnorden“.

Eine weitere Neuerung sind die **Reifendruckinformationssysteme**. Ab 2013 erfolgt die Reifenüberwachung über Smartphone. Drei Viertel der Autofahrer widmen sich nie oder maximal ein Mal im Jahr dem Luftdruck ihrer Reifen. Die Ära intelligenter Reifen steht vor dem Start und wird der Autofahrerbequemlichkeit sichtbar unter die Arme greifen und ihn zum **Reifendruckaktivisten** machen. Wer hätte das je für möglich gehalten? Wenn Reifen reden könnten...!

Ich durfte im Rahmen des ersten Reifenwettbewerbs der Branche, den AUTOHAUS unter dem Leitthema „Das beste Räder- & Reifen-Autohaus 2011“ initiierte, zahlreiche Impulse erfahren, die in vorliegendem Buch eingearbeitet sind. Dafür sage ich allen Beteiligten herzlichen Dank! Ich sage Dank meinem hochgeschätzten Kollegen und Chef vom Dienst im AUTOHAUS, Dieter Radl, der die Wettbewerbskonzeption schrieb, die Kriterien systematisierte und die Vorauswahl der Einsendungen zusammenstellte. Ich sage Dank den Sponsoren des Wettbewerbs, dem TÜV Rheinland, ProCountour, dem RR-Team und Yokohama Reifen, die es ermöglicht haben, dass wir all die Räder- & Reifen-Erkenntnisse in dieser gebündelten Form zusammentragen konnten.

Auf die Räder- & Reifen-Profis mit Profil! Auf eine gute Fortentwicklung des RRM im Autohaus!

Iphofen, August 2011

Prof. Hannes Brachat
Herausgeber AUTOHAUS

7 Prozesse im Räder- & Reifen-Management

Für ein ertragreiches Räder- & Reifengeschäft sind gut organisiert Prozesse das A & O. Gerade unter dem Preisdruck von Billiganbietern lautet die zentrale Herausforderung für den Markenhandel: Optimierung der Prozessabläufe.

Prozesse im Räder- & Reifengeschäft wollen die gesamten Abläufe, von der Kundenanmeldung, der Reifen-Ein- und Auslagerung, dem eigentlichen Räder- und Reifenwechsel bis zur Fahrzeugübergabe an den Kunden im Detail darstellen. Ziel von Prozessmanagement ist es: Qualität zu produzieren! Ergo: Es soll durch die Prozessdefinition eine effiziente, schnelle und klare Abwicklung für den Kunden gewährleistet sein. Abb. 7.1 zeigt die strukturelle Einordnung des Räder- & Reifen-Geschäftes. Es ist dem Geltungsbereich Teiledienst/Zubehör zuzuordnen. Sicher wird man die einzelnen Regelungen und Zuständigkeiten konzeptionell im Geschäftsfeld Service erstellen. Für die „gelebte Praxis“ in Folge ist dann der Teile- und Zubehörleiter zuständig.

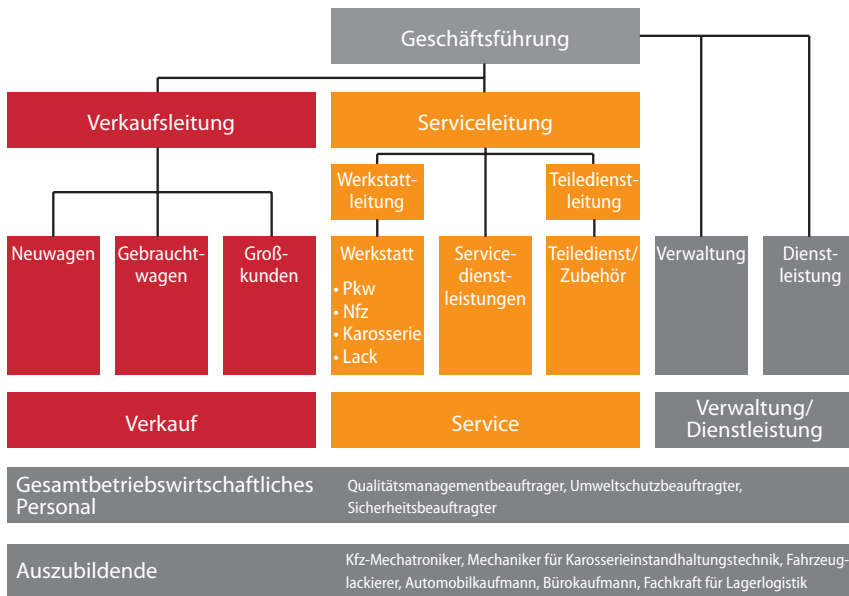


Abbildung 7.1: Strukturen in Autohaus (Quelle: Volkswagen Deutschland Service, A. Kalmbach)

7.1 Räder- & Reifen-Management-QM Konzept am Beispiel Autohaus Kunzmann, Aschaffenburg

Die Firma Robert Kunzmann GmbH & C. KG MB-Vertreter in Aschaffenburg ist mehrfacher Award-Träger, von der besten Dialogannahme, über das beste Personalentwicklungskonzept und 2011 kam die Auszeichnung als bestes Autohaus in Sachen „Räder- & Reifen-Management“ vom Fachmagazin AUTOHAUS hinzu. Kunzmann war in Deutschland das erste Autohaus, das sein Räder- und Reifen-Management bereits 2007 vom TÜV SÜD Management Services zertifizieren ließ – siehe Abb. 7.1.1.

IAS51-TGA-0716

ZERTIFIKAT ♦ CERTIFICATE ♦ 認證證書 ♦ CERTIFICADO ♦ CERTIFICAT

Management Service

ZERTIFIKAT

Die Zertifizierungsstelle
der TÜV SÜD Management Service GmbH

bescheinigt, dass das Unternehmen

KUNZMANN
Die neue Service-Dimension

Robert Kunzmann GmbH & Co. KG

Auhofstrasse 29, D-63741 Aschaffenburg

einschließlich der Standorte in

D-63755 Alzenau, D-63939 Würth, D-63811 Stockstadt,

D-63571 Gelnhausen, D-63741 Aschaffenburg/Nilkheim,

D-63128 Dietzenbach, D-63179 Obertshausen

für den Geltungsbereich

Automobilhandel, Kundendienst, Teile und Zubehör

Aschaffenburg - Nilkheim - Stockstadt - Alzenau -

Würth - Gelnhausen - Dietzenbach - Obertshausen

Autorisierter Mercedes Benz und smart Verkauf und Service

Volkswagen Nutzfahrzeug und PKW Servicepartner

Autorisierter Vermittler Volkswagen Nutzfahrzeuge

Mitsubishi Nutzfahrzeug Servicepartner Reifen-Räder-Management

ein Qualitätsmanagementsystem
einführt hat und anwendet.

Durch ein Audit, Bericht-Nr. 70005610

wurde der Nachweis erbracht, dass die Forderungen der

ISO 9001:2008

erfüllt sind. Dieses Zertifikat ist gültig bis 2014-01-24

Zertifikat-Registrier-Nr. 12 100 6106 TMS

M. Wegner

München, 2011-05-12

QMS-TGA-ZM-07-02

TÜV SÜD Management Service GmbH • Zertifizierungsstelle • Ridlerstraße 65 • 80339 München • Germany

TÜV®

Abbildung 7.1.1: Zertifiziertes Räder- & Reifenmanagement beim Autohaus Kunzmann (Quelle: TÜV Süd)

Das Qualitätsmanagement-Manual mit den folgenden Inhalten, das im Verbund mit Didactic Network GmbH für das Autohaus Kunzmann erstellt wurde, können Sie online unter www.auto-business-shop.de (unter Eingabe der Artikelnummer 176) abrufen:

1. Reifen-Räder-Management-Qualitätsmanagement Konzept und Inhalt
2. Regelung von Verantwortungen, Befugnissen und Kommunikation
3. Beschreibung der Anforderungen und Ressourcen (Technische Ausstattung, Ausstattung Werkstatt, interne und externe Prozesse, personelle Ressourcen, Warenpräsentation, Arbeitsumgebung)
4. Prozessplanung (Ermittlung des Marktbedarfs, Warenbeschaffung und Bevorratung, Absatzplanung, Garantie- und Reklamationsprozesse, Kommunikation mit dem Kunden)
5. Arbeitsanweisungen Reifen-Räder-Handling & Lagerung
6. Arbeitsanweisung für die Dimensionsermittlung
7. Verfahrensanweisung für Reifen-Räder-Management Prozessablauf
8. Verfahrensanweisung für Reifen-Räder-Management Logistik
9. Funktionsbeschreibung für den Leiter Teile + Zubehör
10. Funktionsbeschreibung für den Reifen-Räder-Verantwortlichen im Autohaus

7.2 Räder- & Reifen-Prozessanalyse

In einer Projektarbeit an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt in Geislingen kamen wir zum Ergebnis, dass die Autohäuser im Reifengeschäft allenfalls im Komplettträderverkauf und angemessenen „Übernachtungspreisen“ im Reifenhotel eine überschaubare Marge erwirtschaften. In der eigentlichen Leistungsproduktion, Räder- und Reifenwechsel, legen die Autohäuser in der Regel massiv zu. Sprich, für viele Autohäuser ist das Reifengeschäft aufgrund der Ablaufprozesse ein massives Verlustgeschäft. AUTOHAUS konnte im TÜV Rheinland einen Partner finden, der dem Anliegen professionelles Reifen-Prozessmanagement auf den Grund ging. Abb. 7.2 zeigt die Prozess-Schritte des Radwechsels.

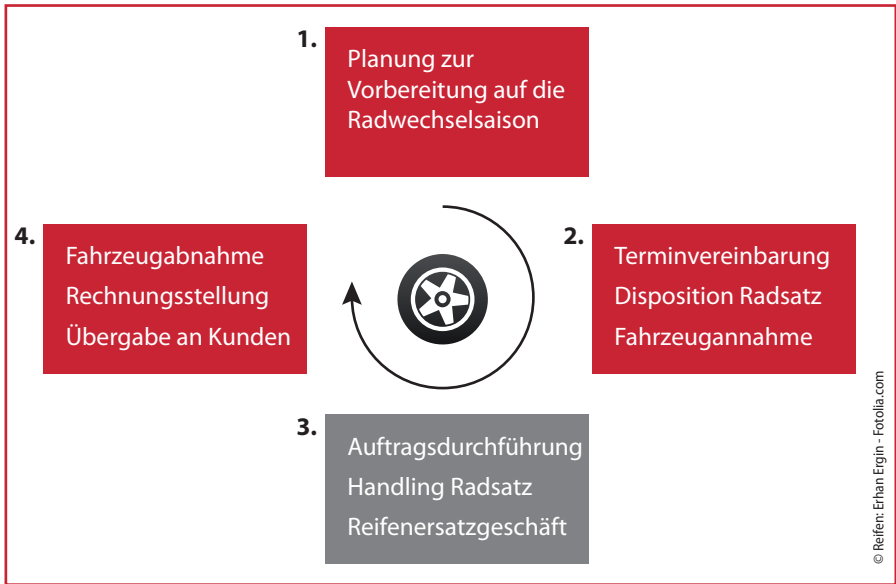


Abbildung 7.2: Prozess-Radwechsel (Quelle: TÜV Rheinland)

Konzentrieren wir uns auf die Schritte Auftragsdurchführung, Handling Radsatz und Reifenersatzgeschäft. Abb. 7.3 zeigt Anspruch und Wirklichkeit beim Prozessschritt Auftragsdurchführung, Abb. 7.4 Handling Radsatz/Reifenersatzgeschäft. Und wie lange dauert im Autohaus der Prozess von der Disposition Radsatz, Auftragsdurchführung, Handling Radsatz? Autohäuser, die eine Eigeneinlagerung von Radsätzen praktizieren, wenden im Schnitt etwa 61 Minuten auf! Nochmals: 61 Minuten!

Wie ist die Wirklichkeit?

- Terminvereinbarung oft passiv
- Disposition/Handling des Radsatzes nicht systematisch („Zeitfresser“)
- Abarbeitung der Radwechselaktion nicht ausreichend geplant (Personalplanung/Kapazitäten)
- Angebot „Radwechsel“ intransparent bzgl. der beinhalteten Leistungen (Wintercheck etc.)



Wie sollte es sein?

- Entzerrung und gezielte Kundengruppensteuerung (Sonderaktion z.B. mobile Reifenwechselteams bei Flottenkunden)
- Minimierung des Aufwands der Disposition und Handling des Radsatzes (ggf. Outsourcing?)
- Festlegung und Umsetzung eines Regelablaufs
- unterschiedliche Angebotspakete zum Radwechsel



Abbildung 7.3: Anspruch und Wirklichkeit bei der Auftragsdurchführung (Quelle: TÜV Rheinland)

Wie ist die Wirklichkeit?

- keine Potentialermittlung möglich
- geringe und zu späte Erkennung von schadhafte Radsätzen
- Selbsteinlagerer bevorzugt?!
- Wiederholte Werkstattbesuche durch nicht entdeckte Mängel an Radsätzen
- sinkende Kundenzufriedenheit durch „Chaos“ in der Abarbeitung



Wie sollte es sein?

- korrekte umfassende Überprüfung auf schadhafte Radsätze (auch bei Selbsteinlagerern)
- systematische Planung des Ersatzgeschäftes mit einem umfassenden Reporting
- betriebsinterne Informationsweitergabe
- aktive Angebotsansprache
- Mitarbeiterbeteiligung?



Abbildung 7.4: Handling Radsatz/Reifenersatzgeschäft (Quelle: TÜV Rheinland)