

Der Kunde will es wissen!

Die Verkaufszahlen von Pkw-Reifen sind im vergangenen Jahr auf den Stand von 1993 abgerutscht – und das, obwohl der Fahrzeugbestand in Deutschland stark angestiegen ist. Vertreter der Reifen-Branche sprechen gleichsam von einem „noch nie da gewesenen Mengeneinbruch“. Kein gutes Vorzeichen also für die Fachmesse ‚Reifen 2008‘, die vom 20. bis zum 23. Mai 2008 in Essen stattfindet.

Kürzlich ergab eine Studie der Unternehmensberatung BBE, dass eine der wichtigsten Herausforderungen des Reifenhandels die Abkehr von der rein preisorientierten Produktkommunikation sei. Es mangelt demnach an detaillierten Informationen und im Zweifel auch an Gefahrenhinweisen – speziell im Internet. Denn obwohl jeder einzelne Pkw im Durchschnitt nicht mehr so viel bewegt wird wie in den Jahren zuvor (minus 8,5 Prozent weniger Fahrleistung pro Fahrzeug in 2007 im Vergleich zum Vorjahr), fahren immer mehr Verkehrsteilnehmer mit alten, stark verschlissenen oder gar beschädigten Pneus über Deutschlands Straßen! Dies belegt ebenfalls die jüngste Pannenstatistik des ADAC.

Auch der Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk (BRV) hegt ernste Zweifel, ob der Verbraucher sein Informationsbedürfnis, was Reifen und Räder angeht, überhaupt stillen kann. Aus diesem Grund ging vor Kurzem die Internetplattform www.reifen-kompetenz.de an den Start. Der Verband möchte dem Verbraucher damit deutlich machen, dass beim Reifenkauf und der -montage (vor allem von RFT-/UHP-Reifen!) nicht allein der Preis eine Rolle spielt, sondern Service- sowie Fachkompetenz und vor allem Qualitätsbewusstsein. Darüber hinaus wissen die wenigsten Autofahrer über die Vorteile von Run-Flat-Reifen, neuen umweltfreundlichen Gummimischungen oder Reifen mit verminderten Abrollwiderständen Bescheid.

Um das ‚Absatzief‘ zu überwinden, kommt es aber auch auf die aktive Kundenaufklärung von Seiten der Montagebetriebe und der Reifenhändler an – beispielsweise im Hinblick auf Sicherheitsaspekte. Denn nur, wenn Autofahrer den eigenen Handlungsbedarf erkennen, entsteht die gewünschte zusätzliche Nachfrage.

georg.blenk@krafthand.de



Georg Blenk, KRAFTHAND-Redakteur und verantwortlich für die Online- und Buchredaktion im Krafthand Verlag:

„Die Montagebetriebe müssen zusätzlichen Bedarf generieren – dies funktioniert über die klare und komparative Kommunikation von Produkteigenschaften.“

