

Service bei FCA: Aus zwei mach eins

Im FCA-Konzern prallen Premium- und Kleinwagenwelt aufeinander. Schafft es der Importeur, passende Servicekonzepte für beide zu entwickeln?



848

DataM-Services GmbH, 97103 Würzburg
4305 PVSt Deutsche Post
4021217460/16046
Albert Mediamarketing e.K.
Albstätter Str. 17
97295 Waldbrunn

AKTUELLES

Die Vertriebspartner von Peugeot, Nissan und Renault haben ein erstes Fazit des Jahres gezogen: Trotz des Zulassungsplus gibt es Verbesserungsbedarf.

SERVICE & TECHNIK

Die „Uniformity“ von Corghi erkennt Reifen mit Gleichförmigkeitsschwankungen direkt nach der Montage und vermeidet dadurch unnötige Reklamationen.

MANAGEMENT & HANDEL

Audi will die Digitalisierung im Handel vorantreiben. Womöglich können Kunden schon bald ihren Wunschgebrauchtwagen direkt über das Internet kaufen.

ALCAR DEUTSCHLAND

„Wir liefern just in time“

Europas größter Räderproduzent sieht sich als Partner des Einzelhandels. Alcar-Deutschland-Chef Klaus Küfer nimmt Stellung zu Trends auf dem Rädermarkt und erklärt, was sein Unternehmen mit der Internetbörse DBV vorhat.



Bild: Alcar

Klaus Küfer: „Unser Motto lautet ‚Wir sind mehr als nur der Räderlieferant.“

Redaktion: Viele Kfz-Profis kennen die Rädermarken AEZ oder Dotz. Doch wer steckt dahinter?

Alcar ist auf dem Räderersatzmarkt der größte Hersteller in Europa, wenn man Stahl- und Aluräder zusammenzählt. In Deutschland sehen wir uns auf dem Markt für Aluminiumräder an dritter Position. Neben AEZ und Dotz bieten wir die Marken Dezent und Enzo an. Wir stellen pro Jahr rund zwei Millionen Räder her, davon die Hälfte in eigenen Werken größtenteils in Deutschland. Den Rest steuern Lieferanten aus der Türkei und Asien bei, die auch in die Erstausrüstung liefern.

Wie unterscheiden sich die vier Marken? AEZ ist die Premiummarke, die in erster Linie den SUV-Bereich und hier die höheren Fahrzeugklassen abdeckt. Wir bieten unter dieser Marke auch modellspezifische Produkte an, beispielsweise typische BMW-Designs. Damit

machen wir ganz klar den Erstausrüstungsrädern Konkurrenz. Die Marke Dotz richtet sich an junge, tuningaffine Kunden, die ein seriennahes Tuning wünschen, ohne das Auto umbauen zu müssen. Dezent ist unsere größte Marke, die sich mit ihren Designs an den Mainstream der Autofahrer richtet und vor allem das Wintergeschäft abdeckt. Die vierte Marke Enzo ist eine reine Budgetmarke, die mit drei Designs auf preissensible Kunden fokussiert ist.

Welche Zukunft hat das Stahlrad eigentlich noch? Schließlich sind Aluminiumfelgen kaum noch teurer.

Der Preisunterschied ist schon noch deutlich, was sich vor allem in der Erstausrüstung auswirkt. Bei Fahrzeugen, die in der Basisausstattung geliefert werden oder in der 10.000-Euro-Klasse liegen, ist das Stahlrad noch weit verbreitet. Auch auf dem Aftermarket hat es eine bleibende, wenn auch stagnierende Bedeutung.

Der Markt für Leichtmetallräder wächst ja kaum noch. Wie schlägt sich Alcar unter diesen Bedingungen?

Zwei Trends haben in letzter Zeit für ein Wachstum des Aluminiumfelgenmarkts gesorgt: Das war zum einen die Winterreifenpflicht und zum anderen der Ersatz von Stahl- durch Aluminiumräder. Beide Wachstumstreiber haben aber schon seit einigen Jahren an Kraft verloren. In dieser Situation versuchen einige Wettbewerber, sich im schrumpfenden Markt mit aggressiven Preisen Marktanteile zu kaufen. Zwar können wir uns diesem Preistrend nicht vollkommen entziehen, aber wir setzen als Gegenmittel auf unsere Servicekompetenz. Unser Motto lautet: Wir sind mehr als nur Räderlieferant.

Wie muss ich mir das vorstellen?

Wir bieten ein komplettes Paket für den Rädersatz. Das geht vom Felgen-

konfigurator im Internet bis zum RDKS-Sensor. Unser Ziel ist es, dass der Kunde bei jeder Bestellung per Konfigurator bei einer Rad-Reifen-Sensor-Kombination landet, die exakt auf sein Auto passt. Außerdem leisten wir uns noch einen kompletten Außendienst in Deutschland, der den Einzelhändlern mit Rat und Tat zur Seite steht. Der Einzelhandel steht bei uns ganz klar im Fokus. Wir sind darauf ausgerichtet, vier Stück zu liefern, und zwar just in time.

Wie sehen Sie den Rädermarkt der Zukunft?

Der Räder-Ersatzmarkt wird schrumpfen, und dem müssen wir uns stellen. Die Gründe sind vielfältig: Beispielsweise werden die OEMs mit ihren Räderangeboten immer stärker. Auch sinken die Fahrleistungen, weswegen seltener Bedarf zum Reifenwechsel besteht. Und nicht zuletzt wirken sich die immer wärmeren Winter und der Trend zum Ganzjahresreifen aus. Das ist besonders schmerzhaft, weil mittlerweile 65 Prozent der Aluräder mit Winterreifen gekauft werden. Beim Aluminiumrad bleibt die Konkurrenzsituation hart, hier kommen immer wieder neue Produzenten aus Fernost hinzu, was die Preise weiter unter Druck setzt.

Hat die Antidumping-Gesetzgebung der EU nicht funktioniert?

Die hat schon funktioniert. Wir reden ja von 20 Prozent Zoll auf jedes Rad. Ob die Regelung allerdings weitergeführt wird, kann man jetzt noch nicht sagen – hier soll in diesem Jahr noch eine Entscheidung fallen. Wir würden das jedenfalls begrüßen. Denn wenn diese 20 Prozent Zoll wegfielen, wäre es extrem schwer, in Deutschland die Produktion aufrechtzuerhalten.

Und welche technischen Trends kommen Ihrer Meinung nach auf uns zu? Müssen

ZUR PERSON

Klaus Rene Küfer (52)

Seit 2001: Geschäftsführer Alcar Deutschland GmbH

Davor seit 1997: Schötz Autoteile Puchheim, zuletzt als kaufmännischer Leiter

1992: Berufseintritt bei Fa. Südholz

Studierter Betriebswirt

Nachrüsträder beispielsweise immer leichter werden?

Da muss man ganz klar sagen, dass der Kunde teure Technik nicht honoriert. Wir haben es probiert und beispielsweise ein echtes Schmiederad angeboten, das extrem leicht war. Technische Innovation wird nur nachgefragt, wenn sie preislich mithalten kann. Führt sie zu höheren Preisen, gibt es nur noch eine sehr beschränkte Nachfrage.

Und wie sehen Sie das Thema Kohlefaser?

Das ist eine spannende Sache! Aber es gibt noch viele technische Probleme zu lösen – beispielsweise die Ableitung der Bremswärme. Zum anderen sind Kohlefaseräder preislich nicht attraktiv. Es gibt vielleicht einen Nischenmarkt für reiche Sportwagenfahrer – wir müssen aber den Massenmarkt im Auge behalten.

Kommen wir zum Thema RDKS. Alcar hat sich hier ja mit einem eigenen Universal-sensor hervorgetan: Sind Sie mit dem Absatz zufrieden?

Ja, wir sind mit dem Absatz sehr zufrieden, auch wenn wir natürlich sehen, dass die OE-Sensoren vorherrschen. Wir haben ja auch viel Arbeit in diesen Markt gesteckt. Wir bieten in Zusammenarbeit mit der Firma Schrader mehrere Sensortypen an, darunter unser neuestes Produkt „Alcar by Schrader – Plug and Drive“. Der Sensor ist für eine Vielzahl von Fahrzeugen fertig konfiguriert und kann trotzdem bei Bedarf dazu genutzt werden, einen Klon des OE-Sensors zu erstellen. Dieses zurzeit einmalige Produkt vermarkten wir exklusiv.

Alcar kooperiert schon seit einigen Jahren mit dem Internetportal DBV und hat es nun komplett übernommen. Wie sehen Ihre Pläne für dieses Unternehmen aus? DBV hat zum einen unsere Produkte vertrieben, zum anderen Komplettträ-

der für uns hergestellt. Insofern konnten wir uns schon seit Jahren. Als die Inhaber ihren Verkaufswunsch äußerten, haben wir zugegriffen, weil DBV eine sinnvolle Ergänzung ist. So ist der hohe Anteil der Internetvermarktung im eigenen Webshop interessant, zum anderen das große Produktportfolio vom Motoröl bis zu Ersatzteilen. Hier können wir lernen, welche Produktergänzungen wir zukünftig aufnehmen könnten, zum Beispiel Autoteile. Man muss dabei nicht nur an Deutschland denken – es gibt ja auch andere Märkte in Europa, die nicht so übersorgt sind. Dafür können die Erfahrungen von DBV sehr interessant werden. Deshalb bleibt es auch selbstständig.

Das heißt, DBV ist für Alcar so eine Art Versuchslabor. Welche Versuche laufen denn gerade dort?

Der erste ist DBV Easy. Das ist ein sehr preisgünstiges Kompletttrad, bei dem der Kunde nicht zwischen unterschiedlichen Reifenmarken oder Designs wählen kann. Dafür wird es noch am gleichen Tag geliefert, weil es bei DBV vorrätig ist. Wir wollen sehen, wie der Markt das annimmt: Ist der niedrige Preis besonders interessant oder die schnelle Lieferung? Das wollen wir ausprobieren und die Ergebnisse bei Bedarf auf Alcar übertragen.

Mit Webshops wie dem von DBV ließe sich auch der Verkauf an Endkunden bewerkstelligen. Haben Sie daran Interesse?

Wir wären natürlich in der Lage, so etwas zu machen. Aber wir haben unseren Service auf den Einzelhandel ausgerichtet, und wir werden unseren Kunden nicht Konkurrenz machen. Das gilt übrigens auch für Geschäfte mit Leasinggesellschaften, die wir nicht selbst abwickeln, sondern unseren Kunden überlassen.

DAS GESPRÄCH FÜHRTE JAN ROSENOW

NEUER SENSOR

kfz-betrieb

Programmieren nicht nötig

Alcar hat in Zusammenarbeit mit Schrader einen neuen Sensor entwickelt: Plug&Drive. Der Multiprotokoll-Sensor lässt sich ohne Programmierung bei vielen Fahrzeugen einsetzen; zusätzlich ist auch die einfache Erstellung eines Klons des vorhandenen Sensors möglich. Derzeit gibt es zwei mit verschiedenen Protokollen ausgestattete Versionen des neuen Sensors Alcar Plug&Drive. Eine dritte, weiterentwickelte Version befindet sich gerade in der Entwicklungsphase. Wenn die Funktion „Klonen“ nicht verwendet wird und das Anlernen des Sensors über das Fahrzeug möglich ist, wird somit auch kein Programmiergerät benötigt. In Verbindung mit dem bekannten, programmierbaren Sensor Alcar by Schrader erreicht der Felgenhersteller nach eigenen Angaben eine Abdeckung aller gängigen, aktuellen Fahrzeugmodelle.

NEU

Weltrekord von Hunter!

Fahrwerk-Check am LKW-3-Achser in 3 Minuten.



Das neue WinAlign HD-LKW-Achsmessgerät von Hunter:

- Kabelloses Achsmess-System zur schnellen LKW-Vermessung
- Messen und Einstellen von bis zu 3-Achsen gleichzeitig
- Kurze Rüstzeiten, präzise Vermessung
- Rollende Felgenschlagkompensation
- Truck-Pusher zur einfachen Verschiebung des Lkws während der rollenden Kompensation
- Bodenunebenheiten werden vom Mess-System automatisch korrigiert

Jetzt gleich Informationen von Hunter abrufen.

HUNTER

Deutschland GmbH

Beurer Straße 25a · 86926 Greifenberg
Deutschland · Tel: +49-8192-933 99-0
Fax: +49-8192-933 99-19
www.hunter-d.de · info@hunter-d.de