



Messe-Vorberichte

Automechanik & IAA

S. 32



Kooperationen

Stimmige Gesamtpakete

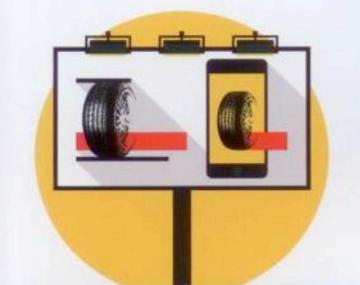
S. 46



Ganzjahresreifen

Für und Wider

S. 58



Reifenvermarktung

Digital & Hofgeschäft

S. 86

DIE WINTERPROFIS

PKW bis 16 Zoll
30,-€

PKW ab 17 Zoll - alle 4x4/SUV + RFT
50,-€

4 Bridgestone Reifen kaufen + bewerten
Bridgestone Prepaid MasterCard*
mit bis zu 50,-€ Guthaben erhalten*
keine Bankdaten nötig, weltweit einlösbar

Weitere Infos* für Sie:
www.die-winterprofis.de/gub
Aktionszeitraum: 15.09. – 15.12.2014

Bridgestone ist offizieller
Reifenaurüster der Deutschen
Ski-Nationalmannschaften.

BLIZZAK LM001

NEU

Reifen kaufen – Prämie sichern.

Der Verbraucher bestätigt Bridgestone Reifen und die Testaktion*:

- 97% sind mit ihren neuen Blizzak Reifen zufrieden oder sehr zufrieden.
- 94% würden wieder Bridgestone Reifen kaufen.
- 86% halten die Testaktion für „gut“ oder „sehr gut“.

**Quelle: Auswertung Endverbraucherbewertung „DIE WINTERPROFIS 2013“

Supplement Winter-Umbereifung
321 Winter-Profile + Zusatzinfos

TIRENDO

Ergebnis deutlich hinter Planung

Delticom hat den vollständigen Bericht für das erste Halbjahr 2014 veröffentlicht. In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres erlöste das Unternehmen einen Umsatz von 226,1 Mio. Euro, ein Anstieg um 6,5 Prozent. Das EBITDA belief sich auf 6,2 Mio. Euro. Dies entspricht einer EBITDA-Marge von 2,7 Prozent. Nicht so gut wie erhofft entwickelt sich offenbar das Tirendo-Geschäft. In Deutschland wurden gemäß erster Schätzungen der Wirtschaftsverbände im abgeschlossenen Quartal knapp 7 Prozent weniger Sommerreifen als im Vorjahr vom Handel abgesetzt. Der Umsatz im E-Commerce von Delticom stieg im Vorjahresvergleich in den 140 Onlineshops um 7,3 Prozent auf 221,4 Mio. Euro. Die Geschäftsentwicklung von Tirendo liegt laut Unternehmensangaben auf Halbjahressicht sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis

deutlich hinter der ursprünglichen Planung zurück. Mit 17,5 Mio. Euro bewegte sich der Umsatz in den ersten sechs Monaten lediglich auf Vorjahresniveau. Während der Tirendo-Umsatz im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres um 131,2 Prozent gestiegen war, konnte das Geschäft im zweiten Quartal nicht an die positive Entwicklung zu Jahresbeginn anknüpfen. Mit Blick auf die starke Vorjahresbasis und den noch immer geringen Auslandsanteil, fiel der Tirendo-Umsatz im zweiten Quartal mit 9,2 Mio. Euro um 33,8 Prozent geringer aus als im Q2 2013. Insgesamt wurden nach Aussage der Verantwortlichen im Berichtszeitraum 454.000 Neukunden über die Onlineshops von Delticom und Tirendo gewonnen. Darüber hinaus hätten im Berichtszeitraum 420.000 Bestandskunden zum wiederholten Mal ihre Reifen in der Delticom-Gruppe gekauft (inklusive Tirendo).

HAWEKA

Konzentration der Kernkompetenzen

Bis heute ist die gesamte Wertschöpfungskette von der Entwicklung, über die Produktion bis hin zum Vertrieb in den Händen von HAWEKA.

Zum 01. September 2014 wird die in Burgwedel ansässige HAWEKA AG eine langfristig geplante Neuausrichtung ihrer Unternehmensbereiche vollziehen. Der strategische Hintergrund dieser Umstrukturierung basiert auf einer Konzentration der Kernkompetenzen. Eine in den vergangenen Jahren stark gestiegene Nachfrage seitens der Industrie und der Automobilhersteller an neuen Lösungen und Konzepten zum professionellen Auswuchten von Fahrzeugen war laut Unternehmensangaben ausschlaggebend, diese Fokussierung umzusetzen. Der Bereich „Werkstattausrüstung“ wird ab sofort bei der HAWEKA Werkstatt Technik Glauchau GmbH gebündelt, das Kerngeschäft der Auswuchttechnik exklusiv von der HAWEKA AG aus bedient. Die Kernkompetenzen in den Bereichen Zentriertechnik, Spannmittel und Spannvorrichtungen sowie Achsvermessung sollen somit gestärkt werden, um individuellen Kundenanforderungen noch besser gerecht werden zu können. „Diese Konzentration auf unser eigentliches Kerngeschäft ist ein klares Bekenntnis an unsere Standorte Burgwedel und Herzberg am Harz. Diese werden wir weiter ausbauen und nachhaltig in qualifizierte Mitarbeiter und neueste Technik investieren.“, so Dirk War-kotsch, Vorstandsvorsitzender der HAWEKA AG. Anfragen zu Werkstattausrüstung sowie deren Wartung und Service werden ab September 2014 von der HAWEKA Werkstatt Technik Glauchau GmbH betreut, so dass für Reifenfachhandel, Werkstatt und Autohaus ein nahtloser Übergang vollzogen wird.

Kurznachrichten

► Anfang August 2014 fand in Bamberg in der brose Arena im Rahmen des DBB Supercups das Basketball Länderspiel Deutschland gegen Russland statt. Cooper Tire stattete das Basketball Länderspiel mit einer umfangreichen Bandenwerbung aus, um die Marke Cooper zu bewerben. Das Spiel wurde live, unter anderem von der ARD, übertragen. Darüber hinaus ist die Marke auch über Bandenwerbung bei Erstliga-Heimspielen von Fußballclub Arsenal London im Emirates Stadion sichtbar.

► Continental hat seinen neuen Technischen Ratgeber im handlichen DIN A5-Format herausgegeben. Auf insgesamt 119 Seiten listet er eine Vielzahl von Details der Pkw-, SUV-, Van- und Transporterreifen von Continental und weiterer Reifenmarken aus dem hannoverschen Konzern auf. Dazu gibt die

Broschüre Betriebshinweise und informiert über weitere Details, wie beispielsweise die richtige Lagerung von Reifen. Der neue Technische Ratgeber richtet sich an alle, die sich beruflich oder aus Interesse mit Reifen und Fahrwerk beschäftigen.

► Die Pkw-Neuzulassungen in den Relevanten Flottenmärkten (gewerbliche Neuzulassungen ohne Fahrzeugbau, -handel und Autovermieter) der EU-5 Länder konnten laut Dataforce im Juni erneut zweistellige Zuwachsraten verbuchen. Über alle fünf Märkte hinweg betrug die Volumensteigerung gegenüber Juni 2013 13,4 Prozent. Lediglich der März 2014 erzielte einen noch höheren relativen Zuwachs. Für das erste Halbjahr 2014 ergibt sich somit ein Wachstum von 13,5 Prozent. Obwohl der Privatmarkt in Spanien im Juni um knapp 18 Prozent zulegen konnte, ergab sich in den EU-5 Märkten insgesamt nur ein sehr schmales Plus

von gerade einmal 0,5 Prozent für dieses Marktsegment. Damit sank laut Dataforce der Anteil der auf private Halter entfallenden Pkw-Neuzulassungen mit 46,3 Prozent auf den niedrigsten Wert seit Januar 2005. Umso wichtiger also, so die Experten von Dataforce, dass sich die Verkäufe an Flottenkunden positiv entwickelten. Besonders eindrucksvoll seien die Ergebnisse in Italien (+ 15,4 Prozent), UK (+ 18,6 Prozent) und vor allem Spanien (+ 31,5 Prozent) gewesen. In Deutschland und Frankreich fielen die Steigerungen mit 8,9 Prozent beziehungsweise + 4,7 Prozent etwas moderater aus. Nummer eins im EU-5 Flottenmarkt war erneut VW. Opel konnte seine Zulassungen auf Firmenkunden in allen fünf Ländern steigern und Platz zwei im Markenranking erobern. Dabei fiel der Vorsprung auf Ford (Rang drei) denkbar knapp aus: gerade einmal 20 Zulassungen lagen zwischen diesen beiden Herstellern.