Wettbewerb im Flottenmarkt hält alle in Bewegung – Flotte! Der Branchentreff

290 Aussteller in Düsseldorf, darunter etliche aus dem Reifenmarkt

Während der zwei Veranstaltungstage Ende März lockten immerhin 290 Aussteller von Flotte! Der Branchentreff Tausende Fachbesucher in die Halle 6 der Düsseldorfer Messe und zeigten dabei einen überaus lebhaften Flottenmarkt, in dem der Wettbewerb alle in Bewegung hält (Bild: NRZ/Arno Borchers)

Seit Jahren schon zählt Flotte! Der Branchentreff in unserem Markt zu den wichtigsten Branchenevents des Jahres. Auch während der zwei Veranstaltungstage Ende März zeigte sich in Halle 6 der Messe in Düsseldorf einmal mehr: 290 Aussteller und Tausende Fachbesucher illustrieren einen überaus lebhaften deutschen und auch europäischen Flottenmarkt, in dem der Wettbewerb alle in Bewegung hält. Dabei war das Who's who der großen Flottendienstleister des hiesigen Reifenmarktes genauso mit eigenen Ständen vor Ort wie etliche andere Branchenunternehmen.

Bis vor wenigen Monaten leisteten sich immerhin zwei der vier führenden Flottendienstleister des Reifenmarktes mehr oder weniger ein Kopf-an-Kopf-Rennen darum, wer derjenigen mit dem größten Netzwerk im Land ist und wer folglich – zumindest nominell betrachtet – die besten Chancen im Wettbewerb um Leasinggesellschaften, Autovermieter und andere Flotten und Firmenfuhrparks hat. Nachdem auf Betreiben von Point S Deutschland aber das Gemeinschaftsunternehmen Servicequadrat – 2009 von Point S und Top Service Team als Gegenpol zu den Industrienetzwerken gegründet – zum Jahreswechsel seinen Betrieb einstellte, haben sich die Machtverhältnisse im hiesigen Flottenmarkt verschoben. Seither sind nämlich die deutschen Point-S-Gesellschafter allesamt eingeladen, sich über Audits für die Teilnahme am Servicenetz von **Driver Fleet Solution** zu qualifizieren, formell ein Geschäftsbereich der Pirelli-Partnerorganisation Driver Handelssysteme

Driver Fleet Solution stellt das größte deutsche Flottenservicenetzwerk mit rund 1.500 Standorten; laut Stefan Starzner sei neben der Marktabdeckung vor allem die „zukunftsweisende Abwicklungs- und Autorisierungsplattform" wichtig für das Angebot (Bild: NRZ/Arno Borchers)

Jochen Clahsen, Julian Rolla und Jörg Göller (von links) sehen im hiesigen Markt der Flottendienstleister zwar einerseits eine gewisse Sättigung, andererseits aber auch durchaus noch Wachstumspotenziale (Bild: NRZ/Arno Borchers)

(Breuberg). Wie Stefan Starzner – in der Pirelli-Filialorganisation Driver Reifen und Kfz-Technik für die Vertriebsleitung B2B zuständig – im Gespräch mit der NEUE REIFENZEITUNG erläuterte, stelle man mit aktuell „mehr als 1.200 Outlets" das größte und damit vor allem flächendeckende Servicenetzwerk für Geschäftskunden in Deutschland. „Mehr als"? Laut dem Messekatalog von Flotte! Der Branchentreff und dem Messestand befänden sich sogar 1.500 Standorte im Verbund von Driver Fleet Solution; die Audits der neuen Partner liefen derzeit noch, sodass das Netzwerk in naher Zukunft eben weiter wachsen werde.

Für den B2B-Leiter sei die persönliche Begegnung mit Kunden und vor allem mit potenziellen Kunden von zentraler Bedeutung für den Geschäftserfolg im Flottengeschäft. Aufgrund der Corona-Pandemie habe Driver Fleet Solution mehrere Jahre lang an keiner Flotte!-Messe teilgenommen, war davor aber regelmäßig Aussteller.

Der „Neuanfang" war demnach auch für Driver Fleet Solution wichtig für die Standortbestimmung im Markt. Wie Stefan Starzner dazu erklärte, führe man auf einer Messe natürlich zu zahllosen Themen zahllose Gespräche. Das Topthema indes, das Ende März in Düsseldorf vieles überstrahlte, war das der E-Mobilität und ihrer Auswirkungen auf das Flottengeschäft. Dabei habe er vor allem ein großes Interesse der Messebesucher an speziellen Ganzjahresreifen für den Einsatz auf E-Autos – in kurz EVs genannt – wahrgenommen. Dieser Trend sei ähnlich begründet wie der im klassischen Endverbrauchergeschäft, komme allerdings erst mit einer gewissen zeitlichen Verzögerung auch bei den B2B-Kunden an. Dabei bringe gerade die Mobilitätswende auch viele neue Marktteilnehmer hervor, wie sich auch auf der Flotte! mit den Messeständen etlicher chinesischer Automobilhersteller zeigte.

Die Partner im Servicenetz von Driver Fleet Solution seien aber nicht nur in Sachen Reifen – ob nun für den ganzjährigen oder eben den saisonalen Einsatz – und professionelles Reifenmanagement für viele Kunden im Markt erste Anlaufstelle. Sie könnten dabei bei ihrem Systemanbieter in der Breuberger Zentrale dazu auch auf umfassende Unterstützungsmaßnahmen vertrauen. Dazu gehöre beispielsweise die zunehmende Digitalisierung der Abrechnungssysteme, welche die Prozesskosten senke, beim Personalmanagement im Betrieb helfe (Stichwort: Arbeits- bzw. Fachkräftemangel) und das Niveau der erbrachten Dienstleistung steigere.

Prozesskosten senken durch Digitalisierung, das ist auch eines der zentralen Thema der **4Fleet group**. Wie Jochen Clahsen, Manager 4Fleet Group DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz), dazu in Düsseldorf erläuterte, biete man „professionelles Reifenmanagement und fachgerechten Autoservice als integrierte Flottendienstleistung für Fuhrparks und Leasinggesellschaften", und dies mit dem Ziel, dem Kunden „maximale Wirtschaftlichkeit sowie Planungssicherheit" zu geben. Die 4Fleet Group – ein Unternehmen des Goodyear-Konzerns, Sitz in Köln – könne dabei deutschlandweit

Dienstleistungen an immerhin rund 900 Standorten erbringen; ein ebenfalls „flächdeckendes Netzwerk", so Clahsen.

Auch wenn im Markt unter den Dienstleistern insgesamt „ein Sättigungsgefühl", sprich: eine nur begrenzte Veränderung aufseiten des Angebots und der Anbieter von Reifen-, Räder- und Autoservices wahrzunehmen sei, so gebe es dem Manager 4Fleet Group DACH zufolge doch einige Entwicklungen, die durchaus Bewegung im Markt erzeugten. So sei man bei der 4Fleet Group beispielsweise „überrascht", dass es im deutschen Markt immer noch große Flotten gebe, „die keine dezidierte Einkaufspolitik in Sachen Reifen haben", bilanzierte Clahsen die beiden Tage in Düsseldorf auf der Flotte!; dies berge durchaus Potenzial für neue Vertragsabschlüsse.

Dasselbe gelte darüber hinaus auch für die rückläufige Relevanz von Full-Service-Verträgen. Laut Clahsen nehme man im Markt zunehmend Bedarf an Verträgen wahr, die eben „nur den Reifen- und Autoservice umfassen". In den Reihen der bei der 4Fleet Group gelisteten Dienstleister gebe es immer mehr, die beides können.

Mittlerweile seien die Partner auch in Sachen E-Mobilität entsprechend vorbereitet, was eine zunehmende Verbreitung von Zertifizierungen nach der Qualifikationsstufe 3S beweise, mit dem auch Arbeiten am Hochvoltsystem erlaubt sind, wenn dieses unter Spannung steht. In entsprechenden Qualifizierungen sieht man beim Systemgeber Goodyear Retail Systems (Premio, HMI und Quick) sowie bei der 4Fleet Group bekanntlich seit Langem schon einen USP (Unique Selling Point). „Je komplizierter, umso besser", lautet das Credo in Köln, weiß man doch um die Tatsache, dass sich Qualität eben leichter verkaufen lasse als keine oder eine nur geringe Qualität. Dies gelte umso mehr noch im Umgang mit professionell arbeitenden B2B-Kunden.

Genau wie die Kollegen bei Driver Fleet Solution, so sieht man auch bei der 4Fleet Group eine zunehmende Nachfrage der Leasinggesellschaften, Autovermieter und anderer Flotten und Firmenfuhrparks nach E-Autos. „Viele Flotten wollen jetzt umsteigen", so Jochen Clahsen. Neben dem vermeintlichen ökologischen Nutzen von E-Autos gehe es bei diesem Trend vor allem um Fragen des Firmenimages und der Modernität. Da Hersteller aber derzeit kaum noch mit der Lieferung neuer E-Autos hinterherkämen – auf einen neuen ID.4 von VW müsse man mittlerweile rund anderthalb Jahre warten –, nimmt der Reifenersatz- und Autoservicebedarf der Kunden natürlich tendenziell zu, gleichzeitig gehe das Geschäft mit neuen Winterkompletträdern, die eben nur einmal verkauft werden können, aber auch zurück. Dass Geschäftskunden zunehmend auf Ganzjahresreifen setzen, ob nun bei konventionell oder eben elektrisch angetriebenen Autos, sehe man zwar auch bei der 4Fleet Group. Dieser Trend sei aber „noch eher schwach", befand der Manager 4Fleet Group DACH; von einer Beinahe-Dreiteilung wie auf dem „normalen" Reifenersatzmarkt jedenfalls sei der Flottenmarkt noch weit entfernt.

Ebenfalls zu den größten Flottendienstleistern in Deutschland gehört bekanntlich **FleetPartner**. Das Netzwerk ist ein Zusammenschluss aus der Continental-Tochter Vergölst und Pneuhage – unter sich gleichberechtigte Partner – und etlicher weiterer Handelspartner, wozu seit Anfang dieses Jahres auch die Filialen der Team-Gesellschafter zählen, die zuvor zusammen mit Point S Servicequadrat gebildet hatten. Wie Sebastian Becker dazu in Düsseldorf auf der Flotte! erläuterte, gehörten zu FleetPartner mittlerweile deutschlandweit immerhin 1.200 Standorte, dabei seien die 168 Team-Standorte bereits inklusive. Folglich ist klar, auch für FleetPartner ist die Nähe zum jeweiligen Kunden von überragender Bedeutung für den Erfolg. Aber eben nicht nur das, wie der Leiter Großverbrauchergeschäft betonte.

Es sei darüber hinaus von zentraler Bedeutung, so Becker weiter, dass man bei FleetPartner mit Dienstleistern zusammenarbeite, „die das Flottengeschäft verstehen und dieses qualitativ hochwertig, effizient und gleichbleibend gut erbringen". Dies gelte natürlich umfassend für den Reifenservice, zunehmend aber auch für den Autoservice. „Autoservice nach Herstellervorgaben, das bauen wir deutlich aus", meinte Becker auf der Flotte!; für die 180 Vergölst-eigenen Filialen sei dies bereits gang und gäbe und für viele der 250 Vergölst-Franchisepartner in den verschiedenen Bindungsstufen auch.

Sebastian Becker (Vergölst; links) und Benjamin Gartenmaier (Pneuhage Fleet Solution) setzen mit FleetPartner auf einen „ganzheitlichen Reifen- und Autoservice", wobei gerade der „Autoservice nach Herstellervorgaben" derzeit deutlich ausgebaut werde (Bild: NRZ/Arno Borchers)

Für Carsten Fischer von Euromaster sind „Prozessoptimierungen über Digitalisierung" für die Kunden mindestens genauso wichtig wie für die Standorte des Euromaster-Servicestättennetzwerks (Bild: NRZ/Arno Borchers)

Neuzulassungen: Der relevante Flottenmarkt eilt zu neuen Rekorden

Im März 2023 hat sich der deutsche Pkw Markt weiter erholt. Die Neuzulassungen kletterten um 16,6 Prozent im Vergleich zum März 2022. An die Nachfrage vor Corona reichen die Neuzulassungen dabei noch nicht heran. „Um den Durchschnitt der Jahre 2015 bis 2019 zu erreichen, müsste der Markt noch um weitere 21 Prozent wachsen", heißt es dazu in der März-Bilanz des Marktforschungsinstituts Dataforce. Doch bei den Privatkunden ist von der Erholung bislang nur wenig zu spüren. Ihre Neuzulassungen wuchsen im März nur um magere 2,1 Prozent. „Der relevante Flottenmarkt eilt zu neuen Rekorden", so Dataforce weiter.

Deutlich besser als bei den Privatkunden ist die Lage bei den Firmenwagen. Die müssen aufgrund ihrer hohen Laufleistung von durchschnittlich rund 30.000 Kilometern pro Jahr regelmäßig ersetzt werden. „Nach den Lieferengpässen der letzten Jahre hat sich somit viel Nachfrage angestaut." So hat der relevante Flottenmarkt mit einem Wachstum von 23,8 Prozent den Gesamtmarkt deutlich übertroffen. „Doch das ist noch nicht alles", ergänzt das Marktforschungsinstitut: 96.022 Neuzulassungen sind nach dem Dezember 2022 der zweithöchste Monatswert in den bis 2001 zurückgehenden Dataforce-Aufzeichnungen. „Außerdem war der Flottenmarkt bislang in allen drei Monaten des Jahres der wichtigste Verkaufskanal noch vor dem Privatmarkt."

Auch die Eigenzulassungen von Fahrzeugbau (plus 22,5 Prozent), Fahrzeughandel (plus 20,8 Prozent) und die Zulassungen der Autovermieter (plus 43,7 Prozent) haben im März deutlich zugelegt. Die hohen prozentualen Steigerungen kommen aber vor allem durch die niedrigen Vergleichswerte zustande, schreibt Dataforce weiter. Im Vergleich zum Durchschnitt der Jahre 2015 bis 2019 erreichen 33,0 Prozent weniger Pkw den Markt über diese Sondereinflüsse. Schnäppchen mit einer stark rabattierten Tageszulassung könnten aktuell nur wenige Autokäufer machen.

Der Wegfall des Umweltbonus sowie fallende Kraftstoffpreise hätten augenscheinlich „das Interesse an Verbrennungsmotoren noch einmal angekurbelt", fasst Dataforce die Zahlen zusammen, die allerdings nur geringe Unterschiede zeigen. Benziner und Benzinhybride wuchsen mit plus 28,4 Prozent noch etwas stärker als Elektroautos mit plus 28,0 Prozent. Auch der Absatz von Dieselfahrzeugen stieg um 14,0 Prozent. Der Zuwachs an Selbstzündern wurde aber nur von Flotten (plus 24,0 Prozent) und sonstigen gewerblichen Zulassungen (plus 13,0 Prozent) getragen, während die Dieselzulassungen von Privatkunden sogar um sechs Prozent nachgaben.

Auch bei der am stärksten wachsenden Kraftstoffart muss zwischen Flotten- und Privatmarkt unterschieden werden. Mit einem Plus von 16,0 Prozent liegen bei Privatkunden die Benziner vorne. Fuhrparkbetreiber verzeichnen mit 52,0 Prozent das stärkste Wachstum bei batterieelektrischen Autos, den sogenannte BEVs. „Einig" seien sich beide Gruppen hingegen nur in Hinblick auf die Plug-in-Hybride: Diese verloren 57,0 Prozent bei Privatkunden und 31,0 Prozent in Flotten.

Entwicklung des deutschen Pkw-Markts nach Marktsegmenten
Neuzulassungen

	Mrz 23	Mrz 22	Δ abs.	Δ %	Δ % – AT bereinigt*
Relevanter Flottenmarkt	96.022	77.550	18.472	23,8	23,2
Privat	92.672	90.798	1.874	2,1	1,5
Fahrzeugbau	19.402	15.832	3.570	22,5	21,9
Fahrzeughandel	46.780	38.721	8.059	20,8	20,2
Autovermieter	26.485	18.429	8.056	43,7	43,0
Σ Sondereinflüsse	92.667	72.982	19.685	27,0	26,3
Σ Gesamt	281.361	241.330	40.031	16,6	16,0

Entwicklung des deutschen Transportermarkts nach Marktsegmenten
Neuzulassungen

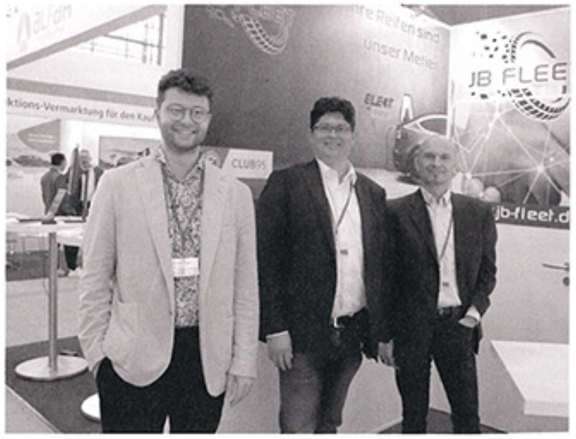
	Mrz 23	Mrz 22	Δ abs.	Δ %	Δ % – AT bereinigt*
Relevanter Flottenmarkt	23.606	20.862	2.744	13,2	12,6
Privat	10.102	10.827	-725	-6,7	-7,2
Fahrzeugbau	1.460	1.273	187	14,7	14,1
Fahrzeughandel	7.460	6.338	1.142	18,0	17,4
Autovermieter	4.836	3.886	950	24,4	23,8
Σ Sondereinflüsse	13.776	11.497	2.279	19,8	19,2
Σ Gesamt	47.484	43.186	4.298	10,0	9,4

*Arbeitstage März 23: 23,0; Arbeitstage März 22: 22,8

Der Transportermarkt blieb im März hinter dem Pkw-Markt zurück. Neuzulassungen leichter Nutzfahrzeuge und Pkw-Utilities kletterten im März um genau zehn Prozent. Warum der Transportermarkt sich langsamer erholt, zeigt der Blick auf die Marktsegmente: „Denn die gewerblichen Kanäle haben allesamt überdurchschnittlich zugelegt, während der Privatmarkt um 6,7 Prozent gefallen ist."

Eine tiefere Auswertung sei „in den vorläufigen Zahlen noch nicht möglich", so Dataforce abschließend. In den vergangenen Monaten zogen jedoch stark rückläufige Wohnmobilzulassungen den Privatkanal nach unten, während die Unternehmen weiterhin einen hohen Bedarf an Nutzfahrzeugen hatten. *ab*

Geschäftskunden bestimmen laut dem Marktforschungsinstitut Dataforce das Wachstum im März in der Neuzulassungsstatistik (Bild: Dataforce)



Das Geschäft von Joachim Bachmann, Jörg Bachmann und Sven Zeiler (von links) von JB Fleet Solution ist die Umrüstung von Fuhrparks auf Ganzjahresreifen (Bild: NRZ/Arno Borchers)

Für Jörg Becker und Jens Krüger (von links) von Apollo Tyres (Germany) ging es auf der Flotte! einerseits darum, die „Markenbekanntheit voranzutreiben", anderseits um die Vorstellung des neuen EV-Ganzjahresreifens Vredestein Quatrac Pro EV (Bild: NRZ/Arno Borchers)

Dennis Virelli und Ralf Gutena von Kumho Tire stellten das Ganzjahresreifensortiment des Herstellers in den Mittelpunkt der Messepräsenz auf der Flotte! in Düsseldorf (Bild: NRZ/Arno Borchers)

Günter Ihle (Rigdon; links) und Mark Hinghaus-Kaul (Reifen Hinghaus) rückten auf der Flotte! das Thema Pkw-Reifenrunderneuerung in den Fokus des deutschen Flottenmarktes (Bild: NRZ/Arno Borchers)

Bei FleetPartner sieht man diesen „komfortablen One-Stop-Service" als wichtiges Angebot, um B2B-Kunden für das Fuhrparkmanagement gewinnen zu können, die sich bisher vielleicht ans Autohaus gebunden hatten. Der Grund ist klar: die Stundenverrechnungssätze im Reifenfachhandel liegen bekanntlich deutlich unter denen der Autohäuser, was ein hohes Einsparpotenzial berge. Interessant mache man sich durch einen solchen Rundumservice außerdem auch bei Kunden, die ihre Autos bei einem der vielen neuen Anbieter aus Asien, üblicherweise aus China, kaufen, für die es schlichtweg in Deutschland keine Autohausinfrastruktur gibt; hier könne Fleetpartner mit seiner Netzwerkstärke wie auch mit seiner Reifen- und Autoservicekompetenz punkten.

Auch für Sebastian Becker sind die Themen Prozesskosten sowie Service- und Abwicklungsqualität von zentraler Bedeutung, will man im Umgang mit der anspruchsvollen B2B-Kundschaft und den Wettbewerb um sie punkten. Ein wichtiges Stichwort dabei: die Systemintegration der FleetPartner-Plattform in die Warenwirtschaftssysteme der Fleet-Partner-Dienstleister im Reifenhandel. Stand heute könne man die Plattform bereits über Schnittstellen an die vier führenden Warenwirtschaftssysteme im Markt anbinden, weitere sollen folgen. Damit entfalle das berüchtigte „Double Keying", also die doppelte Eingabe der Vorgangsdaten in die eigene Warenwirtschaft sowie in die Plattform; der Partner könne sich folglich „voll und ganz um seine Wertschöpfung kümmern". Außerdem helfe diese Prozessoptimierung gerade in Zeiten, in denen Personal knapp ist. Wie FleetPartner dazu zusammenfasst: „Mit unserem ganzheitlichen Reifen- und Autoservice setzen wir Qualitätsstandards für die Flotte unseres Kunden."

Den Fuhrparkkunden alles aus einer Hand zu bieten, darin sehen auch die Verantwortlichen bei **Euromaster** eine ihrer Kernkompetenzen. „Wir bieten Reifenservice genauso wie Autoservice, auch Glas, UVV, Führerscheincheck etc. gehören natürlich dazu", betonte Carsten Fischer, bei Euromaster als Bereichsleiter Verkauf verantwortlich, auf der Flotte! in Düsseldorf im Gespräch mit der NEUE REIFENZEITUNG. Dabei sei es gerade der Autoservice, der von Leasinggesellschaften, Autovermietern und Flotten im Sinne eines „One-Stop-Shoppings" zunehmend nachgefragt werde; das biete „unseren Kunden eine riesige Zeitersparnis", sagte Fischer und schob im Gespräch nach: „Genau in diese Richtung argumentieren wir." Services wie Inspektionen nach Herstellervorgaben, der Wechsel von Bremsen, der regelmäßige Ölwechsel und vieles mehr seien „bei Euromaster als Full-Service-Provider nicht wegzudenken", hatte die Michelin-Tochter dementsprechend in ihrem Eintrag im Messekatalog der Flotte! geschrieben.

Dabei komme gerade über Franchisepartner, die als Autohäuser ihr Werkstattgeschäft betreiben, weiteres Know-how in die Organisation. Die „Organisation", die umfasst mittlerweile bundesweit 385 Euromaster-Standorte, ergänzt noch um die Partner der EFR, der Einkaufsgesellschaft Freier Reifenfachhändler, deren 260 Gesellschafter aktuell mit über 300 Verkaufsstellen in Deutschland und in Österreich am Markt präsent sind.

Für die Kunden mindestens genauso wichtig wie für die Standorte des Euromaster-Servicestättennetzwerks: „Prozessoptimierungen über Digitalisierung", wie Carsten Fischer in Düsseldorf erläuterte. Laut Euromasters Bereichsleiter Verkauf sei es im Geschäft mit ebenfalls professionellen Kunden mittlerweile absolut unerlässlich, Dinge wie die Terminplanung oder Rechnungsstellung digital abzuwickeln, von all den Dingen in Sachen Auftragsfreigabe über das TyreCheck-System ganz zu schweigen; Euromasters Flottendienstleister müssten bei Nutzung von TyreCheck „in der Regel keine Daten doppelt eingeben". Für die Datenerfassung am Fahrzeug selbst befinde sich bei Euromaster derzeit eine neue Fleetcheck-App für Pkw-Flotten in der Erarbeitung. Diese laufe in Frankreich im Geschäft mit Fuhrparkkunden bereits im Probebetrieb; die Einführung in Deutschland sei geplant.

Ergänzt wird dieses führende Quartett der gerade im Bereich Reifen- und Autoservice aktiven Flottendienstleister aus dem Reifenmarkt noch um **ATU Flottenlösungen**. Der deutsche Filialist aus Weiden in der Oberpfalz betreibt hierzulande 531 Werkstätten, 25 weitere in Österreich, und bietet Geschäftskunden dort ebenfalls „maßgeschneiderte Komplettservices und digitale Fuhrparklösungen".

Wenn in den vergangenen Jahren eine Entwicklung den Reifenmarkt verändert und thematisch bestimmt hat, dann war es die zur immer größeren Verbreitung von Ganzjahresreifen. An den erst jüngst von der NEUE REIFENZEITUNG veröffentlichten Statistiken zum Reifenersatzmarkt Deutschland (siehe April-Ausgabe, ab Seite 20) lässt sich klar erkennen: Der Consumer-Reifenmarkt hierzulande nähert sich immer mehr einer Dreiteilung zwischen Winterreifen (2022: 14,6 Millionen abgesetzte Reifen), Sommerreifen (12,1 Millionen) und Ganzjahresreifen (elf Millionen), wobei im Trend ausschließlich die vermeintlichen Alleskönner für den ganzjährigen Einsatz deutliche Wachstumsraten zeigen. In den Augen einiger dabei ein Wermutstropfen: Im Flottenmarkt hinkt diese Entwicklung hinterher.

Die Umrüstung auf Ganzjahresreifen, das ist das Kerngeschäft von **JB Fleet Solution**. Bei dem Unternehmen von Joachim Bachmann (Gesellschafter), dessen Geschäftsführer Vater Jörg Bachmann ist, heißt dies „Second OE", und zwar weil die Umrüstung stattfindet, bevor die Flottenfahrzeuge auf den Markt kommen. Die Umrüstung selbst findet an sogenannten Carports bzw. Autoterminals statt, das sind Dienstleistungs-Hubs für Großkunden; JB Fleet Solution wiederum liefert dazu die Ganzjahresreifen, nicht aber die Dienstleistung des Umrüstens, und kauft die Demontagereifen an, im Markt auch als sogenannte Demo-Reifen bekannt.

Wie die Bachmanns im Gespräch mit dieser Zeitschrift auf der Flotte! erklärten, sehe man den Trend hin zu speziellen E-Autorreifen, oftmals mit „EV" markiert", (noch) als kritisch an. Das Problem: Der stark steigende Bedarf der Fuhrparkkunden nach Elektroautos schlage bei JB Fleet Solution als steigende Nachfrage nach EV-Ganzjahresreifen durch. Man nehme bei den Kunden zwar mitunter noch ein geringes Bewusstsein für spezielle EV-Reifen wahr, dennoch gebe es – Stand heute – immer noch nur recht wenige Anbieter, die solche Reifen mit Allseason-Profilen anbieten. Die bereits verfügbaren Profile allerdings ließen sich im Vergleich