

Eine komplementäre Gemeinschaft

Hiesiger Flottenmarkt erwartet nach Übergangsjahr 2025 wieder Wachstum



Der deutsche Flottenmarkt hat eine Phase größerer Fluktuationen hinter sich, die auch unter den Dienstleistern im Reifen- und Rädermarkt gewirkt haben. Doch diese Phase scheint vorüber, wie dazu Ende März auf der Messe „Flotte! Der Branchentreff“ in Düsseldorf mehrere Gesprächspartner gegenüber der NEUE REIFENZEITUNG betonten. Das bedeutet: Verhaltene Wachstumsimpulse im Markt, etwa über den Autoservice, sorgen für einen zufriedeneren Blick auf die Zukunft. Das bedeutet aber auch: Reifenhändler, die das Flottengeschäft kompetent und zuverlässig betreiben und im Wettbewerb um diesen wichtigen Absatzkanal bestehen wollen, brauchen mehr denn je starke Netzwerke an ihrer Seite. Dies nicht zuletzt, weil ohne sie der Zugang zu den größeren gewerblichen Flotten im Markt vielfach verwehrt bliebe. Händler, Netzwerke und die Hersteller dahinter bilden insofern eine komplementäre Gemeinschaft aus Abhängigkeiten und Wachstum.

Blickt man oberflächlich auf die Pkw-Neuzulassungszahlen des vergangenen Jahres in Deutschland, so muss man wohl konstatieren: Der Flottenmarkt hat sich zuletzt überaus schwach entwickelt. Wie das Marktforschungsunternehmen Dataforce dazu mitteilte, verlor der sogenannte relevante Flottenmarkt 2024 rund sieben Prozent und lag zum Ende des Jahres damit nur noch bei einem Anteil von 32 Prozent an den gesamten Neuzulassungen, die mit einem Minus von rund einem Prozent (einschließlich dem relevanten Flottenmarkt) weitestgehend stabil geblieben waren. In absoluten Zahlen heißt dies: Von den gut 2,8 Millionen Neuzulassungen, die Dataforce in seiner jüngsten Statistik für 2024 ausweist, gingen 912.000 Pkw in den relevanten Flottenmarkt.

Der Dataforce-Definition zufolge entspricht der relevante Flottenmarkt dem Markt aller gewerblichen Neuzulassungen abzüglich dem, was Fahrzeugbau und Fahrzeughandel sowie Autovermieter erstmals zulassen. Mit anderen Worten: Dazu gehören alle gewerblichen neu zugelassenen Pkw, die für betriebliche Zwecke und

nicht für Weiterverkauf, Vermietung oder aus taktischen Gründen zugelassen werden und insofern auch „im Markt sind“.

Angesichts eines Minus' von sieben Prozent fragt man sich unweigerlich, woher ein solch starker Verfall der Neuzulassungen stammt, wenn sich doch der Gesamtmarkt stabil entwickelte. Nun, die Antwort konnte man in den Gesprächen auf der „Flotte!“ in Düsseldorf erfahren und dabei vieles über Fluktuationen lernen: Einerseits war das Vergleichsjahr zu 2024, also 2023, ein besonders starkes, da 2022 viele Pkw-Bestellungen nicht ausgeliefert und die Fahrzeuge folglich auch nicht zugelassen werden konnten. Stichwort: Lieferkettenprobleme. Im Jahr darauf griff dann die Erholung im Markt und folglich der Nachholeffekt, sodass das Basisjahr 2023 für den statistischen Vergleich ungewöhnlich hohe Pkw-Neuzulassungen bietet.

2023 war aber auch aus einem zweiten Grund ein starkes Jahr für gewerbliche Fuhrparks in den Neuzulassungsstatistiken. Weil 2023 der sogenannte Umweltbonus vergleichsweise abrupt endete und die Neuanschaffung von reinen E-Autos daraufhin nicht mehr durch die Bundesregierung gefördert wurde (ein Jahr zuvor waren Plug-in-Hybride bereits aus der Förderung gefallen), schafften diejenigen Fuhrparks, die sich dazu im Stande sahen und dazu willens waren, schnell noch entsprechend geförderte Fahrzeuge an. Zur Illustration: Den Zahlen des Kraftfahrtbundesamtes (KBA) zufolge lag der Anteil gewerblicher Halter an den Neuzulassungen von BEVs (Battery Electric Vehicles) 2023 bei 57 Prozent, bei Plug-in-Hybriden waren es sogar 79 Prozent; im Folgejahr lag der Anteil dann sogar bei 64 bzw. gut 82 Prozent, dies allerdings, weil sich der Privatmarkt schlechter entwickelte als der gewerbliche.

Wie dazu Jochen Clahsen betont, Manager Fleet Operations Europe & 4Fleet Group EU Central, dürfe man den Rückgang des relevanten Flottenmarktes im vergangenen Jahr demnach nicht als Teil eines normalen Zyklus' sehen, sondern müsse die darin enthaltenen Sondereffekte herausrechnen. Vergegenwärtigt man sich, dass der von Dataforce ausgewiesene relevante Flottenmarkt 2023 um zwölf Prozent gewachsen war, wird klar: Der Rückgang im vergangenen Jahr bei den Neuzulassungen hat das Plus des Vorjahres längst nicht aufgezehrt. Gehörten 2022 868.000 Neuzulassungen zum relevanten Flottenmarkt, waren dies aufgrund des Zwischenhochs durch die beschriebenen Sondereffekte 2023 immerhin 977.000, im vergangenen Jahr waren dies dann noch

Reifenhändler, die großen Netzwerke der Flottendienstleister und die Hersteller dahinter bilden eine komplementäre Gemeinschaft aus Abhängigkeiten und Wachstum, die das Flottengeschäft im deutschen Markt seit Langem prägt (Bild: Depositphotos)





Stefan Starzner, Driver
Fleet Solution (Bild: NRZ/
Arno Borchers)



Benjamin Gartenmaier,
PneuHage Fleet Solution/
FleetPartner (Bild: NRZ/
Arno Borchers)



Jochen Clahsen, 4Fleet
Group (Bild: NRZ/Arno
Borchers)



Carsten Fischer,
Euromaster (Bild: NRZ/Arno
Borchers)

912.000 Neuzulassungen und damit weiterhin fünf Prozent mehr als im Vorvorjahr.

Leichte Konsolidierungsphase

Diese Anteile illustrieren insofern, dass sich der relevante Flottenmarkt immer auch auf der Welle des Gesamtmarktes entwickelt und sich von ihm immer nur durch Ausschläge in die eine oder andere Richtung abhebt: Lag der Anteil des relevanten Flottenmarktes 2022 bei 34 Prozent wie auch im darauffolgende Jahr, so lag er 2024 mit den bereits erwähnten 32 Prozent auch nur minimal darunter, was die Entwicklung natürlich weiter relativiert.

Dennoch sehen Experten wie Jochen Clahsen den Markt zuletzt „in einer leichten Konsolidierungsphase“ angesichts rückläufiger Anteile, wie er dazu in Düsseldorf auf der „Flotte!“ gegenüber dieser Zeitschrift erläuterte und dabei auch auf „einige Unwägbarkeiten“ in den allgemeinen Rahmenbedingungen des Marktes verwies, welche die weitere Entwicklung beeinflussen könnten. Angesichts von wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Unsicherheiten ist die Zurückhaltung in vielen Betrieben und Unternehmen groß, und man dürfe für das bereits laufende Jahr folglich keine allzu großen Impulse für das Flottengeschäft erwarten. Die Trendlinie

werde perspektivisch aber wohl wieder nach oben zeigen, meint der 4Fleet-Group-Verantwortliche.

Das sieht auch Benjamin Gartenmaier so, Geschäftsleiter von PneuHage Fleet Solution. PneuHage bildet bekanntlich zusammen mit der Continental-Tochter Vergölst – unter sich gleichberechtigte Partner – sowie etlichen weiteren Handelspartnern, wozu seit Anfang 2023 auch die Filialen der Team-Gesellschafter gehören, das FleetPartner-Netzwerk mit aktuell 1.200 Standorten im Land. Was jetzt bereits klar sei, so Gartenmaier: 2025 werde kein Jahr, das sich besonders positiv oder besonders negativ vom Vorjahr abheben werde, und spricht dementsprechend auch von einem „Übergangsjahr“. Diese Beschreibung suggeriert, dass nach der Delle in den Neuzulassungen des relevanten Flottenmarktes der Übergang hin zu neuerlichem Wachstum bevorsteht. Doch angesichts der im Land weit verbreiteten und bereits erwähnten Unsicherheiten könne man sich dabei natürlich nicht – nun – sicher sein. Laut Gartenmaier gebe es Studien, die den Anteil gewerblicher Neuzulassungen an den gesamten Neuzulassungen künftig deutlich im Plus sehen und dort ein kontinuierliches, mitunter starkes Wachstum prognostizieren. Doch das Ende individueller Mobilität – bisher Triebfeder für den Privatmarkt – sei noch längst nicht da, wenn es überhaupt komme, ist dazu mindestens ebenso häufig zu hören. Entweder, oder.

Driver[™]
F l e e t S o l u t i o n

20
JAHRE

DRIVER FLEET SOLUTION

Ihr Partner für Flotten und Leasingabwicklung

www.driver-fleet-solution.de



Ende März kam in der Halle 6 der Düsseldorfer Messe wieder der hiesige Flottenmarkt zur Messe „Flotte! Der Branchentreff“ zusammen (Bild: NRZ/Arno Borchers)

Wie es weitergeht, das hänge zentral von der Entwicklung bei der E-Mobilität in den kommenden Jahren ab. Wie entwickeln sich die Preise von E-Autos, wie deren Wertverlust? Verbessert sich das Vertrauen der privaten (und auch der gewerblichen) Kunden in die Haltbarkeit der Autobatterie? Wie sehen die Fördermöglichkeiten in Zukunft aus? Im Moment ist klar, so hieß es in Düsseldorf in allen Gesprächen, welche die NEUE REIFENZEITUNG führen konnte: Skepsis dominiert das Thema E-Mobilität nach wie vor, die Unsicherheit bleibt vorerst.

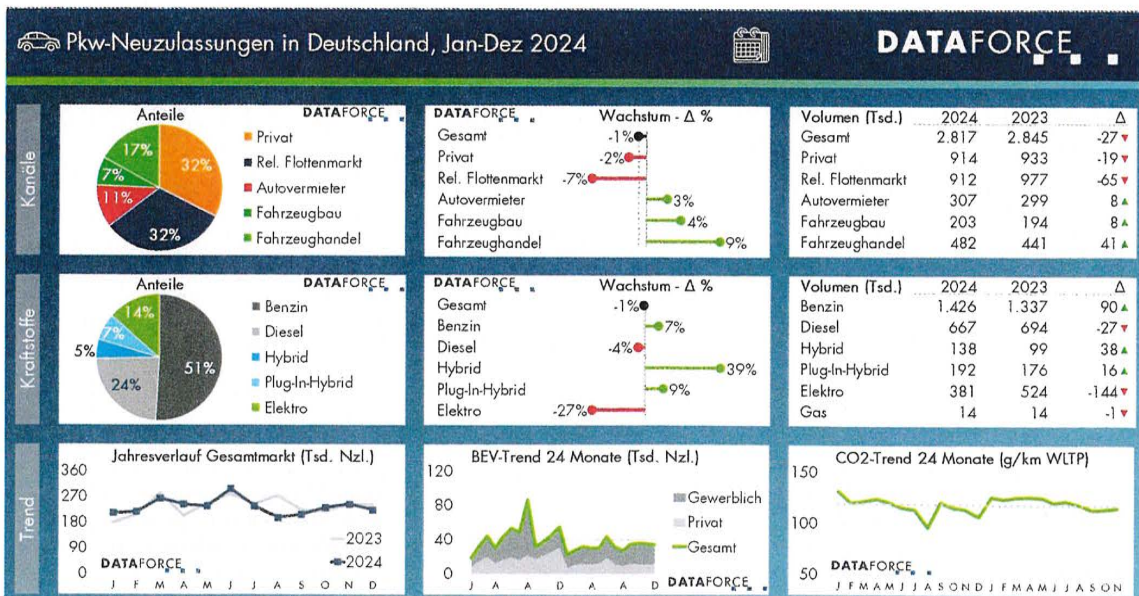
Bestand bleibt bestehen

Deutlich sicherer, so der Geschäftsleiter von PneuHage Fleet Solution, der in dieser Funktion eben auch mitverantwortlich bei Fleet-Partner ist, könne man sich allerdings an anderer Stelle sein: Gehen die sogenannten Einflottungen zurück, also die Neuzulassungen gewerblicher Kunden, die Dataforce zum relevanten Flottenmarkt zählt, nimmt der Fahrzeugbestand nicht gleichzeitig auch ab; im Gegenteil, er bleibt üblicherweise stabil und wächst sogar in Relation zu den neu zugelassenen Fahrzeugen. Dies bedeutet genau wie im privaten Bestand, dass gewerblich zugelassene und genutzte Pkw im Durchschnitt älter werden. Und damit steigt der Bedarf an Dienstleistungen, welche die Flottennetzwerke im Land erbringen können.

Eine dieser Dienstleistungen, die im Flottenmarkt eine zunehmende Rolle einnimmt: der Autoservice. Das hiesige Euro-master-Netzwerk, das operativ die Märkte Deutschland und Österreich abdeckt, zählt sich zu den Vorreitern beim Autoservice. Bereits Ende der Nullerjahre habe das zu Michelin gehörende Netzwerk, das heute in Deutschland rund 400 Standorte betreibt, den Autoservice als Teil seines Angebotes für gewerbliche Kunden aufgenommen und dies seither kontinuierlich ausgebaut. Auch für andere Organisationen im Markt zählt der Autoservice seit Langem zum Kernangebot, beispielsweise für Vergölst. Doch Autoservice als Teil des Flottengeschäftes, da habe Euromaster schon früh Maßstäbe gesetzt, wie dazu Carsten Fischer auf der „Flotte!“ erläuterte. Wie der Bereichsleiter Verkauf Euromaster Deutschland und Österreich in Düsseldorf außerdem betonte, werde das Thema demnach seit Jahren „aktiv vermarktet“. Daraus hätten sich auch zuletzt noch Wachstumsraten von jährlich deutlich zweistellig im Autoservice ergeben.

Dass der Bereich SMR – die Abkürzung steht für Service, Maintenance, Repair – bei Euromaster stark zur Entwicklung des Flottengeschäfts beigetragen hat und auch weiterhin beiträgt, könne man nicht zuletzt auch am Claim der Organisation ablesen. War das Netzwerk zuletzt mit dem Anspruch im deutschen Markt aufgetreten, für „Reifen. Werkstatt. Service.“ da zu sein, tritt man seit Anfang des Jahres hierzulande stattdessen mit „Reifen. Werkstatt. Autoglas.“ auf und unterstreiche damit auch visuell noch einmal die One-Stop-Solution-Strategie des Unternehmens. Derzufolge brauchen Kunden – gewerbliche wie auch private Autofahrer – nicht mehr mehrere Kfz-Dienstleister aufzurufen, sondern erhalten Dienstleistungen der Gewerke Reifen und Kfz aus einer Hand, wobei das Hauptprodukt des Mutterkonzerns Michelin, also Reifen, im Zentrum des Angebotes stand und weiterhin steht.

Dass dabei die gemeinsame Schnittmenge der Dienstleister beider Seiten seit Jahren größer und die Abgrenzung zwischen Reifenhändler und Kfz-Werkstätten schwieriger wird, ist ein bereits oft beschriebenes Thema. Und es decke sich mit den Bedarfen der Kunden nach einer One-Stop-Solution, ist Carsten Fischer überzeugt. Weiteres (konzeptionelles) Wachstum bei Euromaster steht darüber hinaus derzeit nicht auf der Agenda, Wachstum etwa in Richtung Lackier- oder Karosseriearbeiten; stattdessen wolle man



Der relevante Pkw-Flottenmarkt hat in den vergangenen Jahren große Sprünge im Vergleich zum Gesamtmarkt gemacht; nun sieht man bei den Netzwerken der Flottendienstleister ein Übergangsjahr, auf das eine Normalisierung und weitere Erholung folgen soll (Grafiken: Dataforce)

Impressionen von der „Flotte! Der Branchentreff“ in Düsseldorf



Oliver Schneider (links) und Hieronymus Tupay von Alcar sehen Kompleträder im Fokus der Flotten und damit zunehmend auch Stahlräder (Bild: NRZ/Arno Borchers)



Artur Kemiing (links) und Robert Tufekcic von Best4Tires wollen die Garage4Tires-Partner künftig verstärkt ins Flottengeschäft bringen (Bild: NRZ/Arno Borchers)



Flottenkunden erreicht man über deren Vertragspartner und Dienstleister; folglich sind Listungen dort für Claus Gömmel von Hankook zentral (Bild: NRZ/Arno Borchers)



Jörg Bachmann (rechts) und Jürgen Rischmüller von JB Fleet Solution rüsten Vermieterflotten auf Ganzjahresreifen um und vermarkten Demo-Reifen (Bild: NRZ/Arno Borchers)



Das Team von Kumho Tire Europe sieht großes Potenzial im deutschen Flottenmarkt und will mit gewerblichen Kunden in Zukunft wachsen (Bild: NRZ/Arno Borchers)



Laut Hajo Wouters (links) und Jörg Becker von Apollo Tyres werden auf dem Flottenmarkt zunehmend auch Ganzjahresreifen nachgefragt (Bild: NRZ/Arno Borchers)

mit dem bestehenden umfassenden Angebot weiter wachsen und darüber weitere Kunden gewinnen.

Die Hinwendung zum Autoservice macht Sinn, das sieht man auch bei Driver Fleet Solution so. Die bereits vor 20 Jahren gegründete Pirelli-Tochter kümmert sich seit rund drei Jahren „im großen Stil“ darum, wie dazu Stefan Starzner auf der „Flotte!“ in Düsseldorf erläuterte. Starzner, der in der Pirelli-Filialorganisation Driver Reifen und Kfz-Technik für die Vertriebsleitung B2B und insofern für Driver Fleet Solution zuständig ist, sieht das Driver-Netzwerk zwar weiterhin zunächst als Reifennetzwerk. Dennoch – oder gerade deswegen – biete Autoservice unter dem Dach des Flottengeschäftes Wachstumspotenzial, welches das bisherige Kerngeschäft nicht biete.

Als 2020 die Corona-Pandemie ausbrach, war die jährliche Fahrleistung nach einem zuvor kontinuierlichen Wachstum auf einen Schlag eingebrochen; wo sollte man auch hinfahren. Während sich die Fahrleistung privater Autofahrer seither weitestgehend erholt hat, trotz hoher Kraftstoff- und Lebenshaltungskosten, ist sie im gewerblichen Bereich weiterhin deutlich niedriger als 2019. Das ist das Ergebnis von Homeoffice-Regelungen und virtuellen Gesprächsterminen, die sich seither erfolgreich etabliert haben. Bei Driver Fleet Solution etwa habe man den Effekt daraus in der Werkstatt genauso kennengelernt, wie die anderen großen Flottennetzwerke: Selbst wenn mehr gewerblich (und/oder privat) genutzte Autos in die Standorte kommen, bleiben die Reifenabsätze bestenfalls stabil. Wachstum muss sich also an anderer Stelle einstellen: beim Autoservice.

Marktgerechte Vergütungen

In den Netzwerken der großen Flottendienstleister sind indes längst nicht alle Partner- und Equity-Betriebe auf Autoservice ausgerichtet, dass diese den Fahrer eines gewerblich genutzten Pkw überzeugen könnten, die Werkstatt zu wechseln. Gerade weil die Anforderungen an Werkstattausrüstung und Personal hoch sind, was wiederum die Investitionen in die Höhe treibt, ist durchaus Überzeugungsarbeit zu leisten. Dazu beitragen können marktgerechte Vergütungen.

Spricht man mit den Vertretern der großen Flottennetzwerke, die auf der „Flotte!“ in Düsseldorf samt und sonders vertreten waren, kommt man unweigerlich zu dem Schluss: Der Druck vonseiten der Flottenkunden auf die Vertragskosten nimmt tendenziell ab, während gleichzeitig die hohen Ansprüche schwieriger zu erfüllen sind. Man definiert Service als Qualität einer Dienstleistung. Damit wird klar, dass der Begriff weit über den Dienstleistungspreis an sich hinausgeht. Zu dieser Qualität zählt der bereits beschriebene One-Stop-Ansatz, der auch angesichts weniger häufiger Werkstatttermine durch eine geringer werdende Fahrleistung noch relevanter wird. Zum Thema Qualität zählt aber auch das weite Feld der Digitalisierung und der damit (idealerweise) einhergehenden Prozessoptimierungen für den Fuhrparkmanager und den Fahrer. Lassen sich Werkstatttermine heute immer noch nicht verlässlich online einrichten und lassen sich Autorisierungen für zu leistende Arbeiten nicht zeitnah und ohne übergroßen bürokratischen Aufwand einholen, wirkt das nicht nur aus der Zeit gefallen, gerade für gewerbliche Kunden, es steht auch für Ineffizienzen im Prozess.

Termine verlässlich online zu vereinbaren ist das eine, diese aber auch zeitnah anbieten zu können bzw. zu erhalten ist das andere. Im Markt herrscht angesichts von Personal- und Fachkräftemangel ein nicht unerheblicher Wettbewerb um Werkstattkapazitäten. Dabei stehen die Dienstleister aus dem Reifenmarkt gegenüber den Autohausorganisationen vergleichsweise gut da. Einerseits kommen sie aus dem klassischen Flottengeschäft mit Reifen und weiten zumeist ihr Angebot um Kfz-Dienstleistungen aus, während Autohäuser sich bekanntlich kaum um Reifendienstleistungen im Rahmen des Flottengeschäftes bemühen, können sie dort doch auch eh kaum über wettbewerbsfähige Stundenverrechnungssätze punkten. Andererseits können die Dienstleister aus dem Reifenmarkt – trotz allen Termindrucks – immer noch deutlich schneller und flexibler einen freien Slot in der Werkstattbelegung anbieten und insofern mit Kapazitäten und mit Kompetenz glänzen, als Autohäuser dies könnten; der Unterschied zwischen Tagen auf der einen und Wochen auf der anderen Seite bei der Terminvergabe ist vielfach kritisch und gehört klar in die Kategorie Service als Qualität einer Dienstleistung.

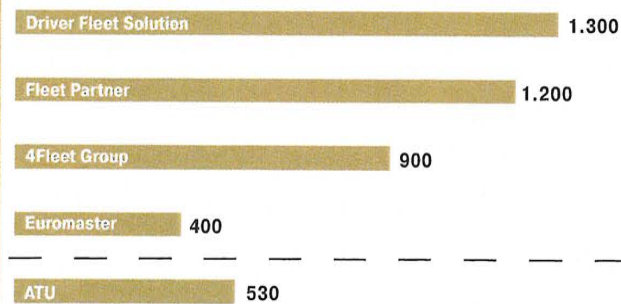
„Der Service ist heute wichtiger als der Preis.“ – Auf diese Feststellung konnten sich in Düsseldorf auf der „Flotte!“ sämtliche Gesprächspartner der NEUE REIFENZEITUNG verständigen. Ein Flottendienstleister, der zehn oder 15 Prozent mehr verlangt als der Wettbewerb, ist zwar weiterhin schnell aus dem Geschäft; es gibt also Grenzen dafür, was Service kosten darf. Aber ein Flottendienstleister, dessen Stundenverrechnungssatz vielleicht um ein paar Euro über denen der anderen liegt, dabei aber für Fuhrparkmanager und Fahrer des gewerblich genutzten Fahrzeugs ein Rundum-sorglos-Paket bietet, der habe im Rennen um Bestands- und Neukunden ein sehr gutes Standing im Markt.

Öffentlich „die Karte Preis spielen“ und etwaige Details nennen, das mochte zwar auf der „Flotte!“ niemand unserer Gesprächspartner, will man doch lieber die Qualität der Dienstleistung in den Vordergrund rücken. Dennoch betonten alle, dass sich zuletzt die Vergütungen für die im Rahmen des Flottengeschäftes erbrachten Dienstleistungen durchaus gut entwickelt hätten; Reifenhändler würden an dem Wachstum von Umsätzen und Erträgen über die vergangenen Jahre hinweg durchaus gleichwertig und insofern fair beteiligt, hieß es.

Dazu hieß es in Düsseldorf erklärend auch: Die Volatilität der vergangenen Jahre mit ihren ständigen Konditionsänderungen aufseiten der Flottenkunden sei zu Ende, und es sei „Ruhe eingekehrt“, was sich wiederum auch positiv auf das Verhältnis zwischen dem

Größte Flottendienstleister-Netzwerke im deutschen Reifenmarkt

Anzahl Standorte



Quelle: eigene Recherche

NRZ 4/2025

Auf dem deutschen Reifenmarkt gibt es vier große Netzwerke an Flottendienstleistern, an denen jeweils Reifenhersteller beteiligt sind; Driver und Pirelli, FleetPartner und Continental, 4Fleet Group und Goodyear sowie Euromaster und Michelin; ebenfalls noch relevant im Markt: die ATU-Kette (Grafik: NRZ)

Netzwerk des Flottendienstleisters und dem Reifenhändler aus- gewirkt habe. Inwiefern sich die bereits erwähnten wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Unsicherheiten aber zukünftig auf diese Ruhe auswirken, bleibt abzuwarten. Ein nicht überraschender Reflex wäre jedenfalls, dass das Kostenthema wieder mehr in den Vordergrund des Flottengeschäftes rückte.

Hohe Auslastungsgrade

Die vorgenannte „Beteiligung“ von Reifenhändlern am (Flotten-) Markt ist auch unter einem anderen Gesichtspunkt relevant. Wie wir eingangs beschrieben haben, steht der relevante Flottenmarkt für rund ein Drittel der Neuzulassungen. Addiert man dazu noch die Autovermieter sowie den Fahrzeugbau und den Fahrzeughandel, dann bleibt für den Privatmarkt ebenfalls nur noch knapp ein Drittel der Neuzulassungen. Im deutschen Pkw-Bestand machen gewerbliche Halter zwar nur rund zwölf Prozent aller Fahrzeuge aus, doch dieser Anteil besteht eben – die Neuzulassungsstatistik belegt dies – zu einem sehr hohen Anteil aus Neu- bzw. neuen Fahrzeugen.

Reifenhändler, die sich über die großen Netzwerke am Flotten- geschäft beteiligen, erhalten damit Zugang zu einem im wahrsten Sinne des Wortes relevanten Markt, der aber nicht allein durch sein Volumen attraktiv ist und hohe Auslastungsgrade in der Werk- statt verspricht. Fahrer eines gewerblich genutzten und über einen Flottenvertrag abgerechneten Fahrzeugs kosten bekanntlich nur sehr wenig Zeit, da Preise, Dienstleistungen und Reifenfabrikate – das sind zumeist die Premiummarken des Herstellers hinter dem Netzwerk – längst festgelegt sind, wenn er beim Flottendienstleister zum Termin erscheint. Außerdem können solche Fahrer immer

auch Zusatzgeschäfte aus ihrem familiären Umfeld mitbringen, was das Potenzial des Flottengeschäftes für den Reifenhändler noch einmal steigert.

Und eines ist noch viel wichtiger: Gewerbliche Kunden setzten laut Carsten Fischer von Euromaster zu weit über 90 Prozent auf eine Achtfachbereifung ihrer Pkw, während die verbleibenden Prozent auf Ganzjahresreifen setzten. Das bedeutet folglich auch, dass Flottenkunden nicht nur zur Saison ein über Wochen hinaus gut planbares Umrüstgeschäft und damit eine hohe Werkstattauslastung nebst Dienstleistungserlösen ermöglichen. Sie sorgen mit ihren überwiegend hochwertigen Fahrzeugen auch dafür, dass genauso hochwertige, sprich groß dimensionierte Komplett- räder beim Handel eingelagert werden.

Dass die Hersteller hinter den Netzwerken am liebsten ihre eigenen Marken über das Flottengeschäft absetzen und hier am allerliebsten ihre jeweilige Premiummarke, ist offensichtlich. Genau wie ihre Dienstleistungspartner im Reifenhandel wollen Hersteller das immense Potenzial gewerblicher Kunden heben, was natürlich auch die Ursprungsidee hinter dem Flottengeschäft ist. Dieses Potenzial, wenn gehoben, hilft dabei, Fabriken und (eigene) Handels- netzwerke auszulasten, folglich Kosten zu decken und Gewinne zu erzielen und darüber weiter zu wachsen und Marktanteile hinzuzu- gewinnen, auch jenseits des Flottengeschäfts. Da dies natürlich nicht ohne die Partner an der Servicefront geht, hat sich im Laufe der Jahre eine komplementäre Gemeinschaft aus Abhängigkeiten und Wachstum entwickelt.

Arno Borchers

EFR

EINKAUFSGESELLSCHAFT FREIER REIFENFACHHÄNDLER

Eine starke Gemeinschaft seit über einem viertel Jahrhundert und fit für die Zukunft.

- + 260 unabhängige Gesellschafter mit 320 POS in Deutschland und Österreich
- + attraktiver Einkauf für Reifen, Räder, KFZ-Teile
- + ertragsstarke Angebote
- + unterstützende Werbemaßnahmen
- + Abrechnung namhafter Leasing- / Flottenkunden
- + schlanke Verwaltung
- + und vieles mehr ...

www.efr-online.de/mitglied-werden

Telefon: +49 (0) 561 585980 • Telefax: +49 (0) 561 5859820 • E-Mail: info@efr-online.de

Einkaufsgesellschaft Freier Reifenfachhändler mbH & Co. KG • Königsplatz 40 • 34117 Kassel

