



Reifenvermarktung / Folge 4: Ein Erweiterungsbaustein des Reifengeschäfts im Autohaus ist bei Pirelli die Thematik Stickstoffbefüllung

Gas geben

VON THOMAS SEIDENSTÜCKER

Die Diskussionen über Sinn und Unsinn einer Befüllung von Fahrzeugreifen mit Luft, die zwischen 95 und 99 Prozent aus Stickstoff besteht, ziehen sich vom Stammtisch bis in wissenschaftliche Laboratorien. Bei allem Pro und Kontra ist nicht von der Hand zu weisen, dass die Vermarktung der Stickstoffbefüllungen für Autohäuser, Werkstätten und Reifenbetriebe eine interessante Möglichkeit darstellt, zusätzliche Erträge zu generieren (*siehe Musterkalkulation in diesem Beitrag*), die Geschäftsfelder des Betriebes auszuweiten, neue Kunden zu ge-

winnen und ein gutes Kundenbindungsinstrument zu integrieren. Allerdings wäre es zu euphorisch, die Stickstoffvermarktung als Selbstläufergeschäft zu bezeichnen, wie sich bei einem Besuch im Mazda Autohaus Schewe in Groß-Umstadt herausgestellt hat.

Steigende Bedeutung

Seit fast 20 Jahren ist Karlheinz Schewe Mazda-Vertragshändler und vermarktet pro Jahr zirka 130 Neu- und etwa die gleiche Anzahl Gebrauchtwagen (2004). Die Zahl der Werkstattdurchgänge liegt im Schnitt bei 10 pro Tag. Wie die meisten Betriebe der Bran-

che erwirtschaftet das Unternehmen den Großteil seiner Erträge im Servicegeschäft. Dazu zählt unter anderem auch die Vermarktung von Reifen beziehungsweise Komplettträgern. Schewe: „Das Reifengeschäft nimmt seit zirka vier Jahren einen hohen Stellenwert in meinem Betrieb ein und gewinnt aufgrund der Multiplikationseffekte weiter an Bedeutung. Die Zeiten sind vorbei, in denen wir die Reifen beim regionalen Reifenhändler geholt und an den Kunden durchgereicht haben. Wenn ich heute Reifen oder komplette Räder beziehe, läuft das Geschäft direkt über Mazda, und das zu



Karlheinz Schewe bietet seit gut einem Jahr die Stickstoffbefüllung der Reifen als zusätzliche Dienstleistung an



Poster und Flyer in der Dialogannahme unterstützen den KD-Annehmer bei seiner Argumentation

sehr wettbewerbsfähigen Konditionen. Im Winterreifengeschäft 2004/2005 habe ich zum Beispiel für rund 34.000 Euro Winterreifen geordert. Zusammen mit dem Angebot der Reifeneinlagerung (etwa 150 Sätze eingelagert, Tendenz steigend) versuche ich die Kunden an meinen Betrieb zu binden und ermögliche mir die Chance auf Zusatzarbeiten.“

Dominierendes Fabrikat im Sommer- und Winterreifengeschäft ist mit gut 30 Prozent Anteil Pirelli. „Die bemerkenswerte Pirelli-Quote begründet sich auf die hohe Produktqualität, das gute Image der Marke beim Kunden, die Beurteilungen der Reifen in Vergleichstests, die Möglichkeit bestellte Reifen zurückzugeben und in andere Größen zu tauschen und nicht zuletzt auf die regionale Nähe zum europaweit größten Pirelli-Distributionszentrum“, so Schewe.

Rahmenabkommen

Wer sich wie das Autohaus Schewe intensiver mit dem Thema Reifen befasst, streift automatisch die Randbereiche des Geschäfts – und unter anderem das Thema Stickstoff. Schewe: „Obwohl uns die Befüllung von Reifen mit Stickstoffgas nicht unbekannt war, muss ich zugeben, dass uns erst einige Kunden auf das Angebot dieser Dienstleistung aufmerksam machten. Nachdem die Anfragen nicht abnahmen und wir über den Pirelli-Außendienst von einem Rahmenabkommen mit einem Geräteanbieter erfuhren, entschloss ich mich Anfang 2004 zum Kauf des mobil einsetzbaren Stickstoffgenerators (ECO 01 Mobility von Heni). Mit dem Gerät

bin ich sehr zufrieden, denn es ermöglicht durch den integrierten 60-Liter-Speicher bis zu sechs Stickstoff-Reifenfüllungen nacheinander. Die Stickstoffreinheit ist einstellbar und beträgt maximal 95 Prozent.“

Die offensive Vermarktung des Reifengases übernimmt im Autohaus Schewe überwiegend der Chef selbst als KD-Annehmer in der Dialogannahme. Große Wandposter und der Einsatz von Flyern unterstützen ihn dabei. „Obwohl ich gegenüber den Kunden wirklich ausführlich die Vorteile von Stickstoff im Reifen argumentiere, stelle ich bis dato eine überschaubare Akzeptanz fest. Rund 10 Prozent meiner Servicekunden sind nach den bisherigen Erfahrungen bereit, den Preis von 3,50 Euro pro Reifenfüllung in ihre Sicherheit zu investieren. Bei allen anderen – und vor allem bei den Fahrern kleinerer Mazdas – stellt der Preis die größte Hürde dar. Wobei ich bei der Kalkulation nicht aus dem Rahmen falle und einen regional üblichen Preis angesetzt habe.“

Unterm Strich ist Karlheinz Schewe mit seiner Entscheidung für die Stickstoffbefüllung aber nicht unzufrieden: „Natürlich verspricht man sich zu Beginn immer mehr vom Angebot einer zusätzlichen Dienstleistung. Doch ich weiß, dass so etwas Zeit braucht und die Kunden erst positive Erfahrungen sammeln müssen um anschließend mit Mund-zu-Mundpropaganda dafür zu werben. Und alle, die ich bis jetzt von Stickstoff im Reifen überzeugen konnte, berichten mir von ihren guten Erfahrungen. Deshalb sehe ich der künftigen Entwicklung sehr positiv entgegen.“

MUSTERKALKULATION VERKAUF VON STICKSTOFFFÜLLUNGEN

| | | | |
|-----------------------------|----------|----------|-----------|
| Reifenzahl / Tag | 4 | 12 | 24 |
| Füllpreis / Reifen in Euro | 2,60 | 2,60 | 2,60 |
| Arbeitstage / Monat | 22 | 22 | 22 |
| Umsatz / Monat in Euro | 229,00 | 686,00 | 1.373,00 |
| Gesamtumsatz / Jahr in Euro | 2.748,00 | 8.237,00 | 16.476,00 |
| Abschreibung in Euro | 270,00 | 270,00 | 270,00 |
| Kalk. Zinsen in Euro | 125,00 | 125,00 | 125,00 |
| Wartung in Euro | 110,00 | 110,00 | 110,00 |
| Druckluft in Euro | 11,00 | 32,00 | 63,00 |
| Gesamtkosten / Jahr in Euro | 516,00 | 537,00 | 568,00 |
| Gewinn / Jahr in Euro | 2.232,00 | 7.700,00 | 15.908,00 |

Für die Musterkalkulation wurden folgende Werte zugrunde gelegt:
Anlagenkosten: 2.785 Euro, einmalige Installationskosten: 50 Euro, jährliche Wartungskosten: 110 Euro, Druckluftkosten: 0,01 Euro/Reifen.

ANDERS ARGUMENTIEREN

Der Hauptvorteil von Stickstoff im Vergleich zu Sauerstoff ist neben einer geringfügig größeren Molekülstruktur die Tatsache, dass Stickstoff mit größerer Trägheit reagiert und auf diese Weise die Gefahr eines Brandes beim Unfall reduziert. Aus diesem Grund ist Stickstoff bei Gefahrguttransportern und Formel-1-Autos inzwischen Standard. Zudem diffundieren die etwas größeren Moleküle des Stickstoffs im Vergleich zu Sauerstoff minimal langsamer durch die Reifenlauffläche und der Druck bleibt bei intaktem Reifen vergleichsweise länger konstant. Allerdings ist das fast zu vernachlässigen. Ein intakter und herkömmlich mit Luft gefüllter Reifen verliert etwa 0,1 bar Druck in drei Monaten. Ein mit Stickstoff gefüllter Reifen verliert im gleichen Zeitraum 0,09 bar Druck und damit nur 0,01 bar weniger. Zudem entbindet die Stickstofffüllung der Reifen den Fahrzeugführer nicht von seiner Aufgabe, den Reifendruck des Fahrzeugs möglichst alle 14 Tage zu überprüfen, um Reifenschäden frühzeitig zu erkennen. Autohäuser und Werkstätten sollten das bei ihrer Argumentation für den Stickstoff bedenken, um auch mit gut unterrichteten Autofahrern adäquat diskutieren zu können. So finden es vielleicht einige Autofahrer spannend, wenn sie das gleiche Gas in ihrem Auto fahren wie Ferrari auf der Rennstrecke. Anderen gefällt es vielleicht, wenn das Autohaus die Stickstofffüllung mit dem Service kombiniert, den Reifendruck des Kundenfahrzeugs in zwei Monaten wieder kostenlos zu überprüfen. Gibt es ein besseres Kundenbindungsinstrument?