



**Reifenvermarktung / Folge 8:** Werksbesuche sind bei Pirelli ein Baustein zur Information und Sensibilisierung des Handels für die Komplexität des Themas Reifen.

# Schwarze Einblicke

VON THOMAS SEIDENSTÜCKER

**O**b Reifen, Felgen oder Kompleträder – so gut wie kein Fahrzeughersteller, Importeur, Autohaus und keine Werkstatt will sich dieses Geschäft noch entgehen lassen. Vor gut fünf Jahren erkannte auch Mazda Motors Deutschland, dass im Geschäftsfeld Räder und Reifen bisher ungenutzte Potenziale stecken. Seitdem geht es stetig voran. Wurden in der Anfangszeit (1999/2000) etwa 15.000 Räder und Reifen pro Jahr vermarktet, waren es im letzten Jahr schon 150.000. Und dieses Jahr sollen es ca. 180.000 Räder und Reifen werden, wie Ulrich Meßmann, Zubehör-Koordinator bei Mazda Motors Deutschland, berichten kann. Eine von der ersten Stunde an sehr enge Partnerschaft im Reifengeschäft verbindet den deutschen Mazda-Importeur mit Pirelli, deren Anteil im Reifenersatzgeschäft heute bei ca. 30 Prozent liegt.

## Hinter die Kulissen

„Nicht nur wir, sondern auch unsere Autohäuser haben klar erkannt, dass der Reifen zum After-Sales-Geschäft automatisch dazugehört. Einerseits weil der Reifen ein Verschleißteil ist und dadurch sozusagen natürlich eine permanente Nachfrage generiert. Zum anderen weil Reifen und Räder nachhaltig zur Differenzierung der Fahrzeuge beitragen. Und nicht zuletzt können die Autohäuser mit den Reifen darüber hinaus auch Kundenbindung praktizieren sowie Aktionen für ihr Unternehmen fahren“, so Ulrich Meßmann.

Reifen zu verkaufen ist die eine Geschichte, Reifen und Räder mit fundierter Überzeugung zu verkaufen eine ganz andere Geschichte. Vor diesem Hintergrund entstand der Wunsch seitens Mazda Motors Deutschland, einmal hinter die Kulissen der Reifenentstehung schauen zu können. Ein Anliegen, für das Pirelli im Rahmen des eigenen Marketingpaketes den Baustein „Werksbesuch“ in der deutschen Produktionsstätte Höchst (im Odenwald) geschaffen hat. Im Juli letzten Jahres konnten so 40 Außendienst- und After-Sales-Mitarbeiter von Mazda nach Höchst reisen und bekamen dort alles gezeigt, was Pirelli seinen Besuchern zeigen durfte.

## Eindrücke sammeln

Ulrich Meßmanns Fazit dieses Werksbesuchs: „Unser Hauptanliegen war es natürlich gewesen, die Produktion der Reifen einmal im Detail beobachten zu können. Man hat dazu in der Regel eigene Vorstellungen, doch ich glaube, es war für uns alle überraschend, wie sauber und strukturiert die Reifenproduktion bei Pirelli abläuft. Und vor allem, wie flexibel sich verschiedene Reifengrößen und -profile kurz nacheinander in einer Produktionslinie herstellen lassen. Eindrucksvolle Aspekte lieferte zudem der theoretische Schulungsteil vor und nach der Betriebsbesichtigung. Obwohl die meisten von uns den Reifen sicher nicht als schwar-



Auch bei der Produktion von High-Performance-Reifen ist noch viel Handarbeit im Spiel.



**Ulrich Meßmann, Zubehör-Koordinator bei Mazda Motors Deutschland: Differenzierung und Kundenbindung**

zes, simples, rundes Teil ansahen, hatten wir diese Komplexität nicht erwartet. Man kann nun noch besser verstehen, dass der Reifen in seiner Gesamtheit ein hochsicherheitsrelevantes Bauteil am Fahrzeug ist. Und dass auch die Produktion von High-Performance-Reifen sehr kompliziert ist: Sie läuft zwar vorwiegend industriell ab, ist aber nach wie

vor verbunden mit einem hohen personellen Aufwand und viel Handarbeit. Ich bin überzeugt, dass der Außendienst die beim Werksbesuch gesammelten Eindrücken sehr gut in die Gespräche mit dem Handel einfließen lassen kann und das Thema Reifen bei den Besuchen vor Ort einen noch höheren Stellenwert einnimmt.“

### **Auch für Autohäuser ein Thema**

Vor genau diesem Hintergrund empfiehlt sich auch Mitarbeitern aus Autohäusern ein Besuch der Reifenproduktion. Im Falle Pirelli sollte man dazu offensiv den Reifen-Außendienst oder seinen Hersteller bzw. Importeur auf dieses Thema ansprechen. Je nach Ausrichtung der Zielgruppe und Hintergrund des Besuchs stimmt Pirelli sein Werksbesuchs-Programm – von der theoretischen Basiseinführung zum Thema Reifen bis hin zu sehr detaillierten Produktschulungen und/oder Reifenmontageschulungen – auf die Besuchergruppe ab. Neben dem reinen Eventfaktor kann man hier auch interessante Kenntnisse gewinnen, die bei der täglichen Arbeit im Betrieb nützlich sind und sich aktiv umsetzen lassen. ■



**Pirelli-Produktionsstandort Höchst im Odenwald: 8 Millionen Pkw-Reifen pro Jahr**



### **ZAHLEN UND FAKTEN**

→ Das Pirelli-Werk in Höchst/Odenwald ist innerhalb des Unternehmens die Hauptproduktionsstrecke für so genannte Ultra-High-Performance-Reifen (UHP) im Sommer- und Winterbereich. Unter UHP-Reifen versteht man technisch anspruchsvolle Reifen mit Geschwindigkeitsindex V, W, Y oder Z.

→ Die Reifenproduktion in Höchst läuft sieben Tage die Woche in drei Schichten und wird bis auf wenige Ausnahmen nicht unterbrochen (insgesamt 330 Produktionstage).

→ Insgesamt beschäftigt die Produktionsstätte rund 2.700 Mitarbeiter.

→ Pro Jahr werden ca. 7,8 Mio. Pkw- und 1,8 Mio. Motorradreifen produziert, von denen ca. 60 Prozent (Pkw-Reifen) bzw. ca. 30 Prozent (Moto-Reifen) in den deutschen Markt (OE-Geschäft und After Sales) gehen.