

PRESSEMITTEILUNG

Die Weichen für eine erfolgreiche Herbst-/Wintersaison sind gestellt

Köln, 18.10.2019. Mitte September kamen die Partner der Goodyear Dunlop Handelssysteme von Premio Reifen + Autoservice und HMI auf den Regionaltagungen zusammen. Nachdem die Weiterentwicklung des Netzwerks aufgezeigt und die Neuigkeiten des Systemangebots vorgestellt worden waren, herrschte gute Stimmung unter den Partnern, die den weiteren konstruktiven Austausch in den Workshops und den Gesprächen in den Pausen bestimmte.

„Wir sind stark im Markt“, mit diesem Statement begrüßten die Gastgeber Carsten Scholz, Leiter Premio Reifen + Autoservice, und Edgar Zühlke, Leiter HMI, mit einem Blick auf die Zahlen der vergangenen Monate die Partner der beiden GDHS-Channels Mitte September zu den Regionaltagungen in Leipzig, Nürnberg und Bonn. Laut Partnerbefragung sind rund 70 % der GDHS-Partner mit der bisherigen Entwicklung in 2019 zufrieden, 11 % sogar sehr zufrieden. Ein Ergebnis, das für eine insgesamt positive Halbjahresbilanz spricht und Partnern und Systemgeber den Rücken für die bevorstehende Wintersaison stärkt. „Unser Ziel ist es vor allem, Ihre Profitabilität zu steigern und Sie bei den neuen Herausforderungen und dem unüberschaubaren Markt weiter zu entlasten. Vertrauen Sie den Maßnahmen und Unterstützungsangeboten, die die GDHS-Zentrale bereits für Sie vorgedacht hat, um Preis- und Ertragsdruck, steigendem Fachkräftemangel und höheren Kosten so gut es geht zu begegnen. Reagieren Sie als Unternehmer auf die Komplexität mit Ihrem Wissen und Bauchgefühl“, erklärte GDHS-Geschäftsführer Goran Zubanovic. „Um weiterhin erfolgreich zu sein, nehmen wir uns der Themen an, die Sie beschäftigen, denn unser Netzwerk lebt von der Mannigfaltigkeit Ihrer Ideen“, so Zubanovic weiter. „Die Investition in technische Ausstattung und die eigenen Mitarbeiter ist daher ein absolutes Muss und Grundlage, die Profitabilität des eigenen Betriebes auch in Zukunft zu steigern“, führte Zubanovic weiter aus. Die Personalkosten seien dabei die besten Kosten. „Bemühen Sie sich daher um Mitarbeiter, die mitmachen und mitdenken möchten“, riet Zubanovic den Partnern. Der Frage, warum es die GD Handelssysteme auch in Zukunft schaffen werden, ein erfolgreiches Netzwerk und Systempartner Nr. 1 des Reifenfachhandels zu sein, ging Dennis Epping, Manager Retail Operations (GDHS), nach. „Dem veränderten Kundenverhalten – verursacht durch die immer

schnellere Digitalisierung aller Lebensbereiche – begegnen wir mit einem guten Gesamtpaket“, so Epping. Ein Systemangebot, zu dem das Category Management mit Preismanagement und VMI genauso gehört wie die Bereiche IT, Unternehmensführung und Kundenzuführung mit Personalmarketing- und Marketing-Maßnahmen sowie der umsatzstarke Sektor E-Commerce. „Unser Fokus liegt auf der ständigen Verbesserung und Weiterentwicklung unserer Leistungsbausteine für Ihren Erfolg“, erläuterte Epping. Zufrieden könne man mit den Sell-out-Zahlen der ersten Jahreshälfte sein, die, der insgesamt schwierigen Marktsituation zum Trotz, ein leichtes Plus verzeichnen. Aktuell arbeite die GDHS an 25 weiteren Projekten, die wichtig für die zukünftige Entwicklung der Partner seien. Doch sei es vor allem der Faktor Mensch, der diese erst erfolgreich machen könne, sagte Epping. Mit einem Wachstum des Flottengeschäfts in allen Bereichen, einer erfolgreichen Neukunden-Gewinnung und einem gelungenen Pilotprojekt, den Bereich Autoservice stärker im Flottengeschäft zu etablieren, hatte Jochen Clahsen, Leiter 4Fleet Group, viel Positives zu berichten. „Darüber hinaus bieten wir Ihnen mit unserem neuen papierlosen Gutschriftsverfahren, leichtverständlichen Online-Schulungen für das Abrechnungssystem FleetOnlineSolutions (FOS) und einer an den Markt angepassten attraktiven Vergütungsstruktur für Ihre Dienstleistungen weitere Erleichterungen Ihrer Arbeitsprozesse in der Umrüstsaison an“, so Clahsen.

Goodyear möchte diesen Winter Händler und Kunden weiter von sich überzeugen. Ein wahres Feuerwerk wolle man daher im kommenden Winter mit 128 neuen Reifen-Dimensionen und neuen Winterprodukten wie dem UltraGrip 9+ und UltraGrip Performance + im Markt zünden, verkündeten Claus-Christian Schramm, Sales Director Consumer Tires Reifenhandel Deutschland (GDTG), und Carsten Pick, Key Account Manager (GDTG). Sie stellten darüber hinaus die Endverbraucheraktionen für die Marken Goodyear, Dunlop und Fulda für den Handel vor und gaben einen Ausblick auf die Werbe- und Social-Media-Aktivitäten für die nächsten sechs Monate.

Helmut Pesch, Geschäftsführer FRI (Freie Reifeneinkaufsinitiative), die Einkaufsorganisation des GDHS-Netzwerks, lobte die Zusammenarbeit und war mit der Einkaufsleistung der GDHS-Gesellschafter sehr zufrieden, denn „sowohl im Sell-in als auch im Sell-out haben GDHS und FRI eine gute Performance hingelegt.“ Doch die Herausforderungen der Branche sind groß. So steuere man tendenziell eher auf einen weiteren Preisverfall zu, anstatt auf die ersehnte, den Reifenmarkt stabilisierende Preiserhöhung. Auch auf das Thema der richtigen Bevorratung wollte Pesch die Partner sensibilisieren und riet ihnen, die einzelnen Schritte gut zu planen.

Die Menschen des Netzwerks im Fokus

Noch mehr als sonst standen bei dieser Tagung die Menschen, die die GDHS mit ihren Fragen, Sorgen und guten Leistungen ausmachen, im Fokus. Interaktive Fragerunden nach jedem Rednerpart ließen

mehr Raum für den direkten Austausch zwischen Partnern und GDHS-Zentrale. Das kam sehr gut an und viele nutzten die Gelegenheit, Fragen zu stellen und ihre Gedanken zu teilen.

Viel Zeit nahm man sich bei den drei Tagungsrunden, um den Jubilaren zu gratulieren, sich für das Vertrauen zu bedanken und sie für ihre treue Partnerschaft zu ehren. Zudem nutzte die GDHS die Chance, 30 Jahre nach dem Mauerfall, die Partner aus dem Osten zu Wort kommen zu lassen und das Unternehmertum vor und nach der Wende in persönlichen Geschichten in einem Film erzählen zu lassen. Herausforderungen für Unternehmer gab es schon immer, wichtig ist einfach, offen für Veränderungen zu bleiben und seine Ideen, passend zur aktuellen wirtschaftlichen Lage, immer wieder einzubringen. Das schilderten die Beiträge der Unternehmer mit teilweise bis zu 100-jähriger Firmengeschichte sehr eindrucksvoll. Auch die Gastrednerin Regina Först stellte in ihrem Vortrag den Menschen in den Fokus. Sie zeigte in ihrer Rede „Vom ICH zum DU zum WIR“ einen Weg, auch heute trotz Fachkräftemangel noch immer Menschen zu generieren, sie zu motivieren und für den gemeinsamen Erfolg zu verbinden. Motiviert ging es für die Partner im Anschluss in die channelspezifischen Tagungsblöcke.

Aktuelle Informationen aus den Bereichen Lkw, E-Commerce, Autoservice, Marketing und Pricing gaben die gruppenspezifischen Tagungsblöcke

Getrennt nach HMI- und Premio-Partnerschaft wurde umfassend über aktuelle Themen aus den Bereichen E-Commerce, Autoservice, Marketing und Pricing informiert sowie neue Maßnahmen und Aktionen vorgestellt. Vor allem im Bereich Personalmarketing hat der Systemgeber seine Hausaufgaben gemacht und mit neuen Maßnahmen auf den arbeitnehmerbestimmten Arbeitsmarkt reagiert, wie Premio-Leiter Carsten Scholz berichtete. Ebenso hat man sich der großen Themen Unternehmensnachfolge, -ausbau und -entwicklung angenommen. HMI-Leiter Zühlke stellte den Partnern verschiedene Förderprogramme und Möglichkeiten vor, die dabei helfen können, auch in diesem Bereich gut aufgestellt zu sein. „Entlastung durch digitale Zentralisierung“ war das Stichwort von Marvin Wild, Manager E-Commerce & Tuning, der der Erfolgsgeschichte von Premio mit einem deutlichen Umsatzplus über die händlerindividuellen Onlineshops und einer Steigerung der Online-Termine weitere Kapitel hinzufügen konnte. Diese gute Position des gesamten GDHS-Netzwerks im Onlinehandel wollen Wild und sein Team weiter ausbauen.

„Ziel ist es, unseren Bekanntheitsgrad weiter zu steigern“, so Marketing-Manager Michael Ammann (GDHS). Mit hoher TV-Präsenz im Herbst und einer ausgewogenen Mischung aus On- und Offline-Marketing-Maßnahmen will Ammann dieses Ziel umsetzen. Auch über das sensible Thema „Nachhaltigkeit“ hat sich der Marketing-Manager Gedanken gemacht – ein Konzept sei bereits auf den Weg gebracht, informierte er. Marco Drouvé, Business Analyst Marketing und verantwortlich für den

Bereich Pricing bei den GD Handelssystemen, informierte die Tagungsteilnehmer über die verbesserte Markt- u. Preistransparenz in *tiresoft 3*, der Warenwirtschaft aus dem Hause GDHS, sowie die neue detailliertere Preisübersicht der Reifen-Dienstleistungen. Mit der erfolgreich abgeschlossenen Testphase des neuen Autoservice-Teilekatalogs, der den Partnern in der nächsten Saison zur Verfügung stehen wird und mit einem erhöhten und flexibleren Leistungsspektrum aufwartet, hatte auch Autoservice-Leiter Thorsten Brückner viel Neues zu berichten. So unterstützt, steht einer guten Saison nichts mehr im Wege, die Weichen sind gestellt und der Winter kann kommen.

Lkw Tagung: „Wir sind die starke Kraft im Netzwerk“

Im Rahmen der Regionaltagungen empfing auch André Vennemann, Business Manager Commercial (GDHS), zahlreiche Partner, die neben den Pkw-Fahrern auch viele Lkw- und Nutzfahrzeug-Kunden betreuen, zur Lkw-Tagung. Dank eines deutlichen Umsatzwachstums im Bereich Lkw-Service und -Dienstleistung kann die GDHS-Gruppe die leicht rückläufigen Reifen-Stückzahlen abfangen und ist im Vergleich weiterhin besser als der Markt. Mehr noch können die Lkw-Partner der GDHS mit einem Marktanteil von 18,3 % und einem auf 76 % gestiegenen Anteil der ausgeführten Pannenservice-Aufträge – im ersten Halbjahr 2018 lag dieser noch bei 72 % – ein tolles Ergebnis für die erste Jahreshälfte verbuchen. Um diese Spitzenposition weiterhin zu behauptet, gilt es, das Netzwerk zu verteidigen und weiter auszubauen. Über die neuesten Reifen-Highlights, insbesondere die neue Omnitrac S, D und Heavy Duty Baureihe sowie die KMax T Gen-2-Serie, aus dem Hause Goodyear informierten Christian Fischer, Verkaufsleiter Lkw Deutschland (GDTG), und Angelo Pingitzer, Specialist TruckForce (GDTG). Pingitzer gab für die Partner im Anschluss noch eine Einführung der neuen eJob-App, die künftig Stift und Papier im Werkstattbetrieb zunehmend überflüssig macht. Die Partner nutzen auch hier die Möglichkeit der interaktiven Fragerunde und trugen mit persönlichen Erfahrungen aus der Praxis zu einem fachlich guten Austausch bei.

Diese Presseinformation sowie Bildmaterial finden Sie nebst weiteren Informationen über die GD Handelssysteme zum Download unter www.gdhs.de

Pressekontakt:

GD Handelssysteme GmbH

Anne Reck

Xantener Straße 105

50733 Köln

Tel. +49 (221) 9 76 66 246

Fax +49 (221) 9 76 66 576

E-Mail: anne.reck@gdhs.de