

PRESSEMITTEILUNG

Digitale Herausforderung meistern – GDHS startet ins neue Jahrzehnt

Köln, 17.02.2020. Die Anforderungen der digitalen Welt im Werkstattbetrieb, Nachfolgeregelung und Nachhaltigkeit hießen die Top-Themen im Frühjahr bei den Regionaltagungen von Premio Reifen + Autoservice und HMI Mitte Januar in Magdeburg, Neuss und Würzburg.

„Wo stehen wir als Systemgeber und wie und wohin wollen wir uns verändern und entwickeln?“, lautete die Frage, die GDHS Channel-Manager Carsten Scholz, Leiter Premio Reifen + Autoservice, und Edgar Zühlke, Leiter der Handelsmarketing-Initiative (HMI), zu Beginn der Frühjahrstagungsrunde der GD Handelssysteme stellten. Die Vorträge und Workshops gaben einen guten Überblick über die bereits vorhandene Fülle an Unterstützungsmaßnahmen, die die GDHS für ihre Partner entwickelt haben, und die zunehmende Vernetzung dieser Bausteine, um den steigenden digitalen Anforderungen innerhalb und außerhalb der Werkstatt gewachsen zu sein. Wie gut dieses System läuft, machte ein kurzer Rückblick auf die Leistungsfähigkeit der GDHS und ihrer angeschlossenen Partner in 2019 deutlich, die trotz Herausforderungen aus dem Markt stabil und profitabel ihr Geschäft gestalten und die zur Verfügung gestellten digitalen Instrumente immer weiter in ihren Vertriebsprozess integrieren. André Vennemann, Business Manager Commercial bei den GD Handelssystemen, zeigte zu Beginn der in die Regionaltagung integrierten Lkw-Tagung eindrucksvoll die hohen Qualitätsstandards, die gute Verbrauchernähe und die Tendenz zu gesteigerten Dienstleistungen im Commercial-Segment. „Wir sind und bleiben die starke Kraft im Netzwerk“, bemerkte Vennemann. Denn mit stolzen 75 % der Pannen gehe schließlich der Großteil an das GDHS-Netzwerk. Mit einer Akzeptanzquote von mehr als 76 % liege das Netzwerk zudem deutlich über dem nationalen Durchschnitt, wie Vennemann weiter ausführte. Dieser Einsatz schlägt sich in einem leichten Umsatzplus nieder und die Gruppe kann mit einem guten Gefühl auf die anstehende Saison

und das neue Jahr blicken. Der weitere Ausbau der Dienstleistungen wie z. B. durch Goodyear Proactive Solutions und die verschärfte RDKS-Gesetzgebung ab 2022 für Vans, Busse und Lkws werden künftig die Profitabilität der Partner weiter steigern. Kundenzuführung und Steigerung der Profitabilität – diese Ziele verfolgt auch die 4Fleet Group sowohl im Lkw- wie auch im Pkw-Flottensegment mit ihrem Flottenmanagement-Angebot. Als neuer Baustein wird nach der erfolgreich abgeschlossenen Pilotphase der Bereich Autoservice als Dienstleistung für die Flottenbetreiber das Angebot der 4Fleet Group ab diesem Jahr erweitern. Goodyear und FRI, die Freie Reifen Einkaufs-Initiative, werden den GDHS-Partnern, die sich 2020 zunehmend auf die Erweiterung ihres Dienstleistungsportfolios konzentrieren, auch weiterhin zuverlässige Erträge im Einkauf von hochwertigen Produkten im Reifen- und Felgensegment sichern. Damit steigt die Chance für die Händler, sich im Markt als Spezialisten zu profilieren, die die Menge an neuen Dimensionen und Spezifikationen rund um Reifen und Räder nicht nur anbieten, sondern auch bearbeiten können.

Am Beginn eines neuen Jahrzehnts sei man geneigt, auf die letzten zwanzig Jahre zurückzuschauen, stellte GDHS-Geschäftsführer Goran Zubanovic fest. „Bei diesem Blick zurück schaue ich heute in viele Gesichter, in die ich bereits vor zwanzig Jahren blicken durfte. So können wir mit Fug und Recht sagen, dass wir viel Gutes geleistet haben“, freute sich Zubanovic. Er machte deutlich, dass neben den Herausforderungen der digitalen Welt ein zweites großes Thema immer stärker in den Fokus rücke, mit dem die Branche sich beschäftigen muss: der Klimaschutz. Nachhaltigkeit bei den Produkten und ein CO₂-neutraler Fußabdruck der Unternehmen spielen für die Verbraucher eine immer wichtigere Rolle. Hier gut aufgestellt zu sein, sei demnach zukunftsweisend, so Zubanovic. Gemeinsam mit den Partnern wolle man den Markt und die Wettbewerbssituation reflektieren und beobachten, wie sich der Kunde verhält und verändert, um so gewissenhaft planen und handeln zu können. Trotz stabiler Rahmenbedingungen warnte Zubanovic vor der hohen Veränderungsdynamik im Markt und riet den Partnern, sich frühzeitig um einen Nachfolger zu kümmern und Prozesse im Betrieb weiter zu standardisieren.

Dennis Epping, Manager Retail Operations (GDHS), brachte die Fülle der Unterstützungsmaßnahmen der GDHS in einem so genannten „Big Picture“ zusammen. Anhand des Bildes zeigte Epping anschaulich die Komplexität der Interaktion von Daten, die allein bei einem durchlaufenden Verkaufsprozess von der Online-Bestellung bis hin zum Verkaufsabschluss zum Tragen kommen. „Unsere Vision ist es, Systempartner Nr. 1 zu sein und es zu bleiben. Das heißt, dass wir Ihnen die richtigen Lösungen anbieten und gemeinsam mit Ihnen entwickeln wollen“, so Epping.

HMI- und Premio-Tagung ließen den Partnern viel Raum für Diskussion

In den getrennten HMI- und Premio-Tagungsblöcken ging es für die Händler weiter ins Detail. Hier standen Neuigkeiten aus den Bereichen „Marketing“, „Pricing“, „Autoservice“, „E-Commerce“ und

„Nachfolgeregelung“ im Mittelpunkt und wurden in kleinerer Runde diskutiert. Beim Thema „Nachhaltigkeit“ appellierte Michael Ammann, Marketing-Manager (GDHS), an die unternehmerische Verantwortung der Partner. Er hatte aber auch gute Nachrichten, denn der Fahrplan zur Klimaneutralität stehe und sei bereits in Umsetzung, so Ammann. Auf Wunsch der GDHS-Partner nach der vergangenen Tagungsrunde war auch Yorick Lowin, Geschäftsführer BRV, zur Frühjahrstagung eingeladen. Lowin stellte die verschiedenen Serviceleistungen des Verbandes vor: Angefangen von der unterstützenden Rechtsberatung über Betriebsvergleiche und -analysen bis hin zur technischen Beratung sind Mitglieder gemeinsam mit dem beliebten Standardwerk, dem BRV-Handbuch, rund um gut versorgt. Neu sind das Online-Angebot „MyBRV“ und die benutzerfreundlichere Website mit allen wichtigen Infos. Daneben befasste Lowin sich insbesondere mit den Themen „Ausbildungskampagne“, „wdk-Zertifikat“ und „Status Meisterpflicht“, da diese Themen für Erfolg oder Misserfolg eines Unternehmens entscheidend seien.

Genug Raum für die Ehrung der vielen Jubilare, die das GDHS-Netzwerk auch auf diesen Regionaltagungen feiern durfte, und für weitere Gespräche hatten die Partner während der interaktiven Fragerunden ebenso wie zwischen den einzelnen Vorträgen sowie auf der Abendveranstaltung. Es ist der gemeinsame Dialog, der zur weiteren Vernetzung von Systemgeber und Partner beiträgt und die GDHS-Channel zu starken Partnern verbindet, die positiv in die Zukunft gehen.

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