

PRESSEMITTEILUNG

Digitale Frühjahrstagung HMI-Österreich – optimistisch in die Zukunft

Wien, 08.03.2021. Die GDHS hat die Frühjahrstagung für seine HMI-Partner in Österreich Ende Februar digital durchgeführt. Nahezu alle der gut 90 Betriebe nahmen an der Onlineveranstaltung teil und verfolgten live die Vorträge der GDHS-Referenten. Im Fokus standen unter anderem das (trotz Corona) gute Ergebnis in 2020, die geplanten verkaufsunterstützenden Maßnahmen und die Vorstellung des neuen Manager Retail Austria.

Benjamin Obererlacher, Marketing Specialist Austria, freute sich über die hohe Teilnehmerzahl und hieß neben Händlern und Kollegen zu Beginn der Veranstaltung Erich Fric, Managing Director Consumer Europe Central und Vorsitzender der Geschäftsführung der GDTG, herzlich willkommen. Dieser bedankte sich für die Einladung und zeigte sich glücklich, dank seiner neuen Funktion seit Mitte letzten Jahres unter anderem auch wieder für sein Heimatland zuständig sein zu dürfen. Fric sprach von der GDHS als Juwel, das aus erstklassigem Know-how, hohem Engagement und ausgezeichneten Mitarbeitern und Partnern bestehe. Worte, die Goran Zubanovic, Geschäftsführer der GDHS, gerne in seinem Vortrag unterstrich und seinerseits den HMI-Partnern für ihr Durchhaltevermögen im schwierigen Jahr 2020 dankte. Für das angefangene Jahr zeigte sich Zubanovic zuversichtlich: „2021 werden wir in unserer Gruppe einen Aufschwung haben, wenn wir das Gelernte aus dem letzten Jahr weiterhin umsetzen und noch enger zusammenrücken. Dass das auch digital geht, zeigt unter anderem die heutige Veranstaltung. So gehen wir optimistisch in die Zukunft.“ Der Geschäftsführer ermunterte die Teilnehmer, Prozesse weiter zu standardisieren, um sich verstärkt dem lokalen Markt widmen zu können.

Mit Bernhard Hoffmann stellte Tagungsleiter Obererlacher den neuen Manager Retail Austria vor. Dieser erzählte von seinen vielfältigen Erfahrungen in den 20 Jahren in der Reifenbranche und versprach den Händlern intensiven Austausch und Unterstützung. Hoffmann hieß mit Kfz Hiller und Reifen Service Raith zwei neue HMI-Partner willkommen und lobte das Ziel aus, in 2021 fünf weitere neue Standorte hinzugewinnen zu wollen. Der Manager ging zudem auf die kommenden Herausforderungen ein wie die neuen Regelungen zur Normverbrauchsabgabe (NoVA), die Vorziehkäufe im ersten Halbjahr erwarten ließen, und den Anstieg an E-Fahrzeugen, der Hochvolt-Schulungen, beispielsweise im GDHS-Trainingscenter, nötig machten. Die Basis, um sich auf die Veränderungen im Markt gut einstellen zu können, sei eine professionelle Warenwirtschaft, wie sie mit *tiresoft 3* für die HMI-Partner gegeben sei und eine partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen GDHS und Goodyear. Nur gemeinsam könne man den Kunden gute Produkte und guten Service anbieten.

Marketingexperte Obererlacher stellte den HMI-Partnern die 3-Punkte-Strategie der GDHS vor, bestehend aus den Zielen „Erhöhung der Sichtbarkeit“, „Verbesserte Kundenwahrnehmung“ und „Aktivierungsmaßnahmen zur Umsatzsteigerung“. Vieles sei bereits in der Umsetzung wie die vielfältigen buchbaren Bausteine der HMI-Marketingbox oder der Bewertungsbutton, mit dem Betriebe einfach und effizient Kundenbewertungen sammeln könnten, um online ihre Sichtbarkeit zu erhöhen. Zudem starte nun eine Facebook-Gruppe für alle HMI-Partner in Österreich, die hilfreiche Infos und engeren Austausch ermögliche. „Auf die Fahne geschrieben haben wir uns auch den Ausbau des Bereichs E-Commerce. Hier sind wir mit Hochdruck dran, wie beispielsweise am 3D-Felgenkonfigurator und an der Ausrollung der E-Shops für *tiresoft 3-Partner*“, so Obererlacher.

Jörg Skorpil, Geschäftsführer, und Sandra Mittler, Senior Trade Marketing Specialist der Agentur aha!, gingen in ihren Vorträgen auf die Konsumententrends 2021 ein und verwiesen hierbei vor allem auf den Corona-bedingten 10-prozentigen Anstieg von Online-Käufen, der die digitale Verlängerung des Vor-Ort-Geschäfts notwendig mache. Die GDHS stelle hierfür unter anderem neu designte, individuelle Händlerwebsites zur Verfügung und helfe via zentralisiertem Bewertungsmanagement.

Christian Kreuter, Key Account Manager 4Fleet Group, referierte über das Fuhrpark- und Flottengeschäft und gab hierbei zunächst einen Rückblick auf die Expansionshistorie: „Wir sind aktuell, mit Beginn 2021, mit 120 4Fleet-Servicepartnern alleine in Österreich auf Höchststand seit 2017.“ Anhand von Kennzahlen der 4Fleet Group gegenüber dem Marktdurchschnitt AT 2020 zeigte Kreuter die starke Performance bei Premium-Reifen und A-Anteil im Flottengeschäft und betonte, dass auch die Dienstleistungen auf einem guten Niveau gewesen seien – trotz Corona-bedingtem Rückgang der Reifenstückzahlen und Einbruch im Felgengeschäft. In 2021 sei nun das Ziel, neue Standorte zu gewinnen, um die Flächendeckung zu erhöhen und den Rollout für Autoservice-Dienstleistungen für Flottenkunden bei den bestehenden Partnern vorzubereiten.

Thomas Knirsch, Sales Manager Consumer bei Goodyear Dunlop Tires Austria stellte die neuen Verkaufsprogramme und Marketinghighlights seitens der Marken für 2021 vor. Neben zahlreichen Neuprodukten würden die geplanten Cashback-Kampagnen mit Gewinnspielaktionen sowie Reifengarantien als verkaufsunterstützende Maßnahmen dem Händler bei der Kundenberatung helfen.

Der Geschäftsführer der Freien Reifeneinkaufs-Initiative (FRI) Helmut Pesch verschaffte den HMI-Partnern einen guten Überblick über die von der Einkaufsgesellschaft ausgehandelten Konditionen für Reifen, Alufelgen und Autoteile, gab hilfreiche Empfehlungen in Sachen Einkauf und Bevorratung und sicherte den Partnern in Österreich auch weiterhin zuverlässige Erträge zu.

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

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