

Leidenschaft zum Verkauf gehört dazu

GRUNDSÄTZLICH PASSEN Profis des Reifenfachhandels in unsere Familie, die bereit sind, sich auf moderne Kooperationsideen einzulassen, skizziert Com4Tires-Konzeptmanager Heiko Marmé die Aufnahmevoraussetzungen für das mit Reifen Gundlach verbundene Netzwerk. Der zertifizierte Marketingmanager (DEAK) gibt im Interview die Antworten auf die Fragen von „AutoRäderReifen-Gummibereifung“.

GB: Weshalb sollte sich ein freier Reifenhändler für eine Partnerschaft mit Com4Tires entscheiden?

Heiko Marmé: Dafür gibt es viele gute Gründe; wenn ich aber auf die Betonung „freie“ Händler eingehen darf, dann liegt gewiss der Vorteil darin, dass diese in weitem Umfang ihre Freiheiten behalten. Denn



Heiko Marmé, zertifizierter Marketingmanager, erfüllt die Kooperation durch neue Ideen mit Leben.

unsere Kooperation versteht sich seit Beginn als Unter Marke und wir möchten die lokale Stärke der Partner fördern.

Das Geschäft wird also nicht „auf links gedreht“, was die CI angeht, wenn dies der Partner nicht wünscht oder sein Markt es nicht erlaubt. Gerne bieten wir aber für alle diese Themen Support an. Man kann das Motto oder das Selbstverständnis mit einem „Wer will – der kann“ umschreiben. Und wer sich mit einem starken Großhandelspartner als Konzeptgeber und folglich mit einem breiten Spektrum an Produkten und Marketingmodulen Vorteile verschaffen will, der kann das mit Com4Tires sehr individuell tun, ohne seine unternehmerische Selbstständigkeit und finanzielle Unabhängigkeit aufzugeben oder sich knebeln zu lassen.

GB: Welche Hürden muss ein Händler vorher nehmen, welche Grundvoraussetzungen muss er mitbringen?

Heiko Marmé: Voraussetzungen würde mir besser gefallen als Hürden, denn Com4Tires unterstützt von Beginn an und schafft nicht erst mal Hindernisse. Aber klar: einige Grundsätze müssen von beiden Seiten erfüllt sein, wenn eine Partnerschaft – und diese Vokabel nehmen wir sehr ernst – zum

Erfolg führen soll. Wir gehen davon aus, dass der Partner mindestens 1/3 seines jährlichen Bedarfes bei uns deckt und unsere Kernmärkte forciert. Besonderen Fokus legen wir nahezu automatisch auf unsere Exklusivmarke GT-Radial, die derzeit das gesamte Produktprogramm überarbeitet und einen deutlichen Qualitätsschub beweist. Als Vollsortimenter möchten wir aber grundsätzlich alle Segmente beim Partner abdecken und bieten mit Advanti Racing und Com4Wheels auch Alleinstellungsmerkmale im Aluradsektor.

Grundsätzlich passen Profis des Reifenfachhandels in unsere „Familie“, die bereit sind, sich auf moderne Kooperationsideen einzulassen und mit diesen für ihre Geschäfte Nutzen erzielen können. Bekenntnis zu gemeinsamen Aktionen und unsere Verkaufschance bilden also die Basis und werden bei jedem Interessenten individuell zugrunde gelegt. Ohne Internetanschluss geht es nicht und wer sein Geschäft öffnet, indem er ein Garagentor hochzieht der kann sicher nicht viel von Com4Tires profitieren. Wie erwähnt, wir sehen solide Profis mit Bekenntnis zu einem modernen und flexiblen Konzeptgeber und gleichfalls Reifen Gundlach als ersten Reifenlieferanten als den idealen Partner. Denn: die Qualität bestimmen nicht wir alleine – sie wird vom Markt gefordert. Beispiel: Mit dem sicher liebenswerten „Schrauber im Hinterhof“ lassen sich Vernetzungen zu Flottenkonzepten und andere Erfordernisse eben nicht durchsetzen.

GB: Wann wird ein Händler von der Mitgliedschaft ausgeschlossen?

Heiko Marmé: Sollte sich eine Tendenz abzeichnen, dass der Konzeptpartner zwar prima geeignet ist, um sich mit möglichst kostenfreien Unterstützungsformen und Leistungsbausteinen zu versorgen, ohne hinter diese Erwartungshaltung auch einen entsprechend realistischen Einkauf zu stellen, gilt es gemeinsam zu überdenken, wie man die Waage wieder ins Gleichgewicht bringt. Wenn das gar nicht möglich ist, dann passen wohl die Enden nicht zusammen und es kann angeraten sein, die Partnerschaft zu lösen.

GB: Dient Com4Tires nur dem Abverkauf der Produkte von Reifen Gundlach?

Heiko Marmé: Nein, Com4Tires existiert aus purer Leidenschaft zur Branche (lacht). Aber Spaß beiseite. Als Großhandelsunternehmen ist aufgrund der vielfältigen Kooperationsleistungen unser legitimes Interesse der Absatz unserer Produkte. Aber nicht nur bis zum Fachhandel, sondern gemeinsam mit den Partnern zum Verbraucher. „Nur“ verkaufen ist nie die Idee einer Kooperation. Ziel ist es ja den Produktlebenszyklus insgesamt zu betrachten. Industrie – Großhandel – Fachhandel – Verbraucher. Denn verkauft ist letztlich dann, wenn der Reifen gefahren wird und unsere Partner neue Pneus von uns kaufen können. Und diesen Kreislauf möglichst rund und für die Handelsebene effizient und ertragreich zu gestalten, das ist die Aufgabe einer Kooperation. Und das nun aber wirklich mit Leidenschaft...

GB: Welche Marken stehen bei der Belieferung der Partner im Fokus?

Heiko Marmé: Wir haben in allen Segmenten mindestens drei Kernprodukte. Wenn hier Bridgestone, Continental und Pirelli für Premium stehen, schließen sich Vredestein, Kumho, Nokian und weitere bekannte Namen im Mediumsegment an. Und da lässt sich ja nun auch fast GT Radial einreihen – der Trend in der Produktentwicklung lässt das eindeutig erkennen. Nach unten runden dann Achilles, VSP und weitere Marken das Portfolio ab. Aber klar: Unsere Exklusivmarken stehen durchaus im Vordergrund, denn diese versprechen ja auch wichtige Alleinstellungsmerkmale.

GB: Wie hoch ist der Anteil an Produkten von Reifen Gundlach (GiTi Tire)?

Heiko Marmé: Die Com4Tires Partner kaufen schon erfreulicherweise gerne GT Radial: im Winter rund 50% ihres Volumens und im Sommer gute 40%.

GB: Kann der Partner über Com4Tires auch die renommierten A-Marken beziehen, welche laufen da am besten?

Heiko Marmé: Na klar. Wir haben in allen Segmenten mindestens drei Kernprodukte. Im Premiumsektor seien hier Bridgestone, Continental und Pirelli genannt.

GB: Wie hoch ist der prozentuale Anteil

von Reifen Gundlach an GiTi-Produkten?

Heiko Marmé: Produkte an die Com4Tires-Partner? Erfreulich hoch, denn von den gesamten Bestellungen in 2008 liegt der Anteil im Sommer bei 40% und im Winter bei 50%.

GB: Wie erreicht Com4Tires Kundenbindung?

Heiko Marmé: Es gibt die verschiedensten Module der Verbraucheransprache, die allesamt auf Service, Persönlichkeit und Qualität abzielen. Smart Repair und Zusatzverkäufe sind bei unseren Partnern der Schlüssel zu

*„...es gilt, künftig exakt zu erui-
ren, ob Zentrale und Beirat einen
solchen einführen...“*

zufriedenen Kunden und deren Bindung. Auf die Handelsebene projiziert heißt das: Die Zentrale bindet die Partner mehr ein, statt konzeptionell oder durch Marken- und Absatzvorgaben zu knebeln. So ist der achtköpfige Beirat ein wesentliches Organ, das die Leistungsbausteine mitbestimmt und so den Marktauftritt der Kooperation mitsteuert. Zudem erarbeitet dieser mit der Zentrale die saisonale Produktauswahl dicht am Interesse der Partner und die zugehörige Kommunikationspolitik.

GB: Was steht beim Marketing im Fokus?

Heiko Marmé: Sicher die konkrete und aussagekräftige Kundenansprache in den Umrüstphasen. Sie vermittelt dem Verbraucher in professioneller Aufmachung Qualität, Vielseitigkeit und Preis/Leistung. Allerdings kommt auch die Bearbeitung der Zusatzmärkte wie Flottengeschäft und der Com4Tires-Verbraucher-Onlineshop nicht zu kurz. Dieses gepaart mit einem starken Lieferanten, der auch durch hochqualitative Komplettträger in der Spitze der Saison hilft, die Montagebühnen optimal auszulasten, macht die gesunde Mischung aus.

GB: Wie hoch ist die derzeitige Mitgliederzahl?

Heiko Marmé: 121 Partner segeln unter der Com4Tires Flagge.

GB: Wo wollen Sie 2010 stehen?

Heiko Marmé: Wachstum ist das Ziel für uns, doch dabei werden seit diesem Jahr auch deutlicher die genannten Qualitätsmerkmale des Partners betrachtet. Daher ist Evolution und nicht Revolution die Devise.

140 ist eine anspruchsvolle, aber gleichfalls realistische Zahl.

GB: Wie hoch ist der Mitgliedsbeitrag?

Heiko Marmé: Es gibt keinen. Bisher jedenfalls. Es gilt, künftig exakt zu eruiieren, ob Zentrale und Beirat einen solchen einführen, um die sicher anspruchsvollen Leistungen weiter ausbauen, bzw. für jeden Partner sicherstellen zu können. Aufgrund des organischen Wachstums und des sehr flexiblen

Selbstverständnisses im Sinne der Partner ist Com4Tires zugegebenermaßen nicht sehr homogen, was Betriebsgrößen angeht. Um die

gemeinsame Wirksamkeit sichern zu können, ist ein Beitragsmodell durchaus angedacht, aber bisher nicht eingeführt worden. Ein Thema, das Beirat und Zentrale künftig sicher aber ohne Druck erneut thematisieren werden. Das soll aber keinen erschrecken – denn dahinter steht ja auch mehr Leistung für alle, die mitmachen.

GB: Können Sie sich vorstellen, das Kooperationsmodell in ein Franchisekonzept umzuwandeln?

Heiko Marmé: Vorstellen kann ich mir das. Aber es widerspricht zunächst dem Grundsatz von Com4Tires, in dem der Partner rechtlich unabhängig und finanziell selbstständig bleibt. Dies umzuwandeln, das wird mit der Majorität unserer geschätzten Partner nicht zu machen sein und ist aufgrund deren Erfolgs auch nicht sinnvoll. Aus deren und unserer Sicht. Bestrebungen oder Ansätze in diese Richtung bestehen derzeit nicht.

GB: Wer arbeitet in der Systemzentrale?

- Heiko Marmé,** Konzeptmanagement und Marketingleitung,
- Sara Händgen,** Konzeptbetreuung und Marketingassistentin,
- Kay Schlenzig,** Vertriebsleiter,
- Mirko Langhardt,** Mediendesign sowie drei Verkaufsberater
- Jutta Kunz,** Beratung Systempartner.

GB: Herr Marmé, vielen Dank für das ausführliche Gespräch.

(mu)

Jutta Kunz berät die Systempartner in allen Fragen.



Kay Schlenzig agiert bei Com4Tires als Vertriebsleiter.



Mirko Langhardt ist für das Mediendesign verantwortlich.



Sara Händgen hält die Fäden zusammen. Ihr Aufgabengebiet: Konzeptbetreuung und Marketingassistentin.



www.TYRE 24.de
DIE ONLINEPLATTFORM FÜR DEN REIFENHANDEL

MEHR FELGEN DREHEN