

INHALT

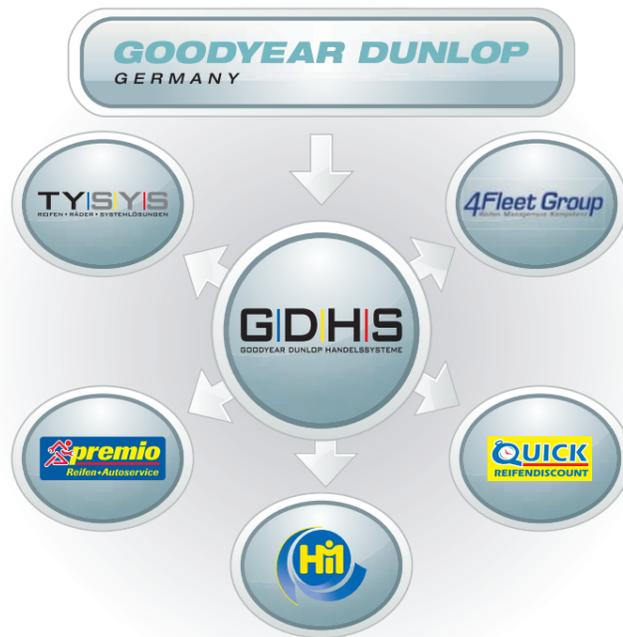
	Seite
Vorwort	
Zukunft mit System – Erfahrung, Innovation, Wachstum und Partnerschaft	4
GDHS Porträt	
Seit über 40 Jahren Know-how im europäischen Handel	5
Premio Reifen + Autoservice	
Das Fullservice-Konzept	6
Premio LKW	7
Premio Tuning	8
Handelsmarketing-Initiative	
Das Kooperations-Konzept	9
Quick Reifendiscount	
Das Discount-Konzept	10
4Fleet Group	
Das Flottengeschäft	11
TYSYS	
Komplettrad-Kompetenz	12
FRI	
Einkauf mit System	13
Markt und Wettbewerb	
Anpassung an die Marktbedingungen: „Zukunft mit System“	14
Optimale Marktpositionierung durch relevante Leistungsbausteine	15
Partnerschaft	
Das Netzwerk lebt!	16
Der Händlerbeirat – Die Stimme der Händlerschaft	17
Vision	18

ZUKUNFT MIT SYSTEM – ERFAHRUNG, INNOVATION, WACHSTUM UND PARTNERSCHAFT

Seit rund 40 Jahren sind die Goodyear Dunlop Handelssysteme (GDHS) einer der erfolgreichsten Systemgeber im deutschen Reifenhandel. Einer der Faktoren für unseren Erfolg ist die maßgeschneiderte Unterstützung für drei unterschiedliche Reifen-Fachhandelssysteme. Mit Premio Reifen + Autoservice, Quick Reifendiscout und der Handelsmarketing-Initiative (HMI) bieten die GDHS für jeden Betrieb das richtige Konzept. Die Systeme variieren in der Vielfalt der angebotenen Leistungsbausteine, die beständig weiterentwickelt und an die Marktbedingungen angepasst werden. Auf dem aktuellen Stand der Zeit zu sein und Trends zu erkennen, das ist unser Anspruch. ‚Was erwarten unsere Kunden von uns?‘ und ‚Wie können wir diese Anforderungen erfüllen?‘ sind daher die zentralen Fragen, die wir uns immer wieder stellen. Unternehmer mit einem ausgeprägten Unternehmergeist, die sich den immer neuen Herausforderungen neugierig und kämpferisch stellen wollen, werden bei uns von einem kompetenten Team unterstützt, das neue Trends entdeckt und nutzbar macht.

Ein weiterer Erfolgsfaktor unserer Organisation ist die Pflege von Partnerschaften, ob mit unseren über 1.200 Handelspartnern, Mitarbeitern oder Lieferanten. Wir sind sehr stolz auf dieses starke Fundament der Zusammenarbeit, das es uns erlaubt gemeinsam zu gestalten, zu planen und an der Zukunft zu arbeiten.

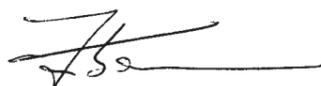
Mit unseren Erfahrungen, Innovationen und Partnern konnten wir stetig wachsen und als GDHS den deutschen Reifenhandel als Wegbereiter maßgeblich prägen.



Wir haben

- den Autoservice mit Premio im deutschen Reifenhandel salonfähig gemacht,
- mit tiresoft das erste EDV-gestützte Warenwirtschaftssystem entwickelt,
- mit HMI die erste vertikale Kooperation im Markt etabliert,
- den ersten deutschen Reifendiscouter „Quick“ auf die Beine gestellt.

Wir freuen uns, wenn wir auch für Sie das passende Konzept in unserem Portfolio haben. Entdecken Sie auf den folgenden Seiten die Vielfalt der GDHS.


Goran Zubanovic
Geschäftsführer


Dr. Guido Hüffer
Geschäftsführer

SEIT ÜBER 40 JAHREN KNOW-HOW IM EUROPÄISCHEN HANDEL

Die GDHS sind als Tochter des Goodyear Dunlop Konzerns seit 40 Jahren das Kompetenzzentrum für den deutschen Reifenfachhandel. Mittlerweile werden die Erfahrungen und das Know-how auch in weitere europäische Länder übertragen. Seit 2012 existiert das Cluster Deutschland-Österreich-Schweiz (DACH) für unsere Retail-Aktivitäten.

Bereits seit einigen Jahren schließen sich Unternehmen in Österreich der Handelsmarketing-Initiative (HMI) an und es existieren schon rund 60 Premio Reifen + Autoservice-Partner in der Schweiz.

GDHS DACH in Zahlen

Über 1,2 Milliarden Euro
Vermarktungsvolumen

Rund 80 Mitarbeiter
arbeiten in der GDHS Systemzentrale

Über 1.200 Partnerbetriebe
GDHS DACH



Gleichzeitig geben die GDHS ihr Know-how auch an die Goodyear Dunlop Retail Partner (GDRP), die in über 30 Ländern zu Hause sind, weiter. Damit sind die GDHS der Vermarkter Nummer 1 der Goodyear-Dunlop-Gruppe und sie bauen diese Position konsequent aus.

Mit zahlreichen Leistungen, von denen viele echte Pionierarbeiten waren, sichern die GDHS allen Partnern starke Wettbewerbsvorteile. Als Basis für alle unternehmerischen Entscheidungen haben wir als festen Bestandteil das Management Informationssystem (MIS) eingeführt, in dem der Unternehmer seine tagesaktuellen Plan- und Ist-Zahlen, Auswertungen, Gruppenvergleiche etc. jederzeit einsehen kann. Einen Meilenstein in der Branche haben die GDHS mit der automatischen Nachschubsteuerung, dem VendorManagedInventory (VMI) gesetzt, und auch das GDHS-PAT (Preis-Analysetool) ist für die angeschlossenen Händler zu einem unverzichtbaren Instrument für die lokale Preisstrategie geworden. Ein ganz besonderes Highlight ist aber zweifelsfrei das eigens und stets weiter entwickelte Warenwirtschaftssystem tiresoft. Die neueste Version, tiresoft 3, befindet sich in der Rollout-Phase und ist derzeit einzigartig im Reifenfachhandel.

Mit drei unterschiedlichen Handelssystemen bieten die GDHS nicht nur verschiedenen Kunden-Zielgruppen die passenden Konzepte, sondern auch Unternehmerinnen und Unternehmern. Alle Handelspartner profitieren dabei von maßgeschneiderten Leistungsangeboten der GDHS.



DAS FULLSERVICE-KONZEPT

Der Anspruch der nationalen Fachhandelsmarke Premio ist es, die „persönlichste“ Reifen- und Autoservice-Kette im Markt zu sein. Kunden von Premio vertrauen auf eine individuelle Beratung, eine moderne Werkstatt und ein breites Sortiment erstklassiger Markenprodukte in einer Preisspanne, die für jeden Anspruch genau das Richtige bietet.

Die Partner von Premio bieten ihren Kunden Service und Dienstleistungen auf Meisterniveau und treten alle mit einem einheitlichen Logo und entsprechend angepasster Fassadengestaltung auf.

Premio ist ein Fullservice-Konzept rund um Reifen und Kfz-Dienstleistungen und in Ballungsgebieten zusätzlich sehr stark im Lkw-Geschäft. Die international aufgestellte Servicemarke pflegt bei Angeboten und Marktauftritt verbindliche Standards und richtet sich vor allem an serviceorientierte Konsumenten.

Im hart umkämpften Markt als Einzelkämpfer zu bestehen, während die Anforderungen der Kunden stets weiter wachsen, ist heute beinahe unmöglich. Premio bietet die Kompetenz einer international aufgestellten Gruppe mit einem hervorragenden Image im Markt, wobei die Leistungen jedes einzelnen Partners zum Erfolg der gesamten Gruppe werden.

Das gesamte Konzept, von der nationalen und lokalen Werbung, der Ladenlokal-Gestaltung, der Warenpräsentation, der Beratung vor Ort bis hin zur Ausstattung der Werkstätten, aber auch viele kleine hochentwickelte Bausteine haben sich bewährt und sichern Premio eine Führungsrolle im Markt. Partner von Premio erhalten daher seitens der GDHS ein umfassendes Leistungspaket, das sich aus den vielen Bausteinen zusammensetzt und für jeden Bereich kompetente Ansprechpartner bietet, die wissen, was die Partner brauchen und erwarten.

Die Kombination aus inhabergeführten Meisterbetrieben, lokal etabliert und engagiert, mit einer professionellen, starken und händlergestützten Organisation im Hintergrund, garantieren den Erfolg.

Für den Anschluss an die Premio-Gruppe werden einige Voraussetzungen benötigt, sowohl was das Eigenkapital und die Ausbildung als auch die Ausstattung der Werkstatt angeht. So stellen wir sicher, dass die hohen Standards, die Premio sich setzt, von jedem unserer Partner eingehalten werden können.

Voraussetzungen

- ▶ ein Mindestumsatz von 750.000 Euro
- ▶ mindestens 5.000 Reifen pro Jahr
- ▶ ein Ladenlokal von mindestens 60 qm
- ▶ mindestens 4 Kfz-Arbeitsplätze
- ▶ eine Lagerkapazität von mindestens 250 qm
- ▶ kompetentes Personal inkl. eines Meisters

PREMIO LKW

Mit der Lkw-Sparte von Premio bieten die GDHS ein ganzheitliches System rund um das Thema Lkw- und Nutzfahrzeug-Reifen. Das Konzept umfasst eine große Bandbreite an Lkw-Programmen und Leistungsbausteinen von der Sortimentspolitik über Schulungsangebote bis hin zu einer kompletten Unterstützung bei der Vermarktung für die Unternehmer. Die GDHS fordern die Lkw-Vermarkter auf, sich aktiv in die Entwicklung der Bausteine mit einzubringen, entwickeln unterstützende Marketingmaßnahmen und setzen auf Tagungen und durch einen Lkw-Arbeitskreis auf regelmäßige Kommunikation mit den Partnern.

Dabei bieten die GDHS professionelle Betreuung und Hilfe an:

Potenzialanalysen und Adressgenerierung

Potenzialanalysen dienen der realistischen Einschätzung der ausschöpfbaren Potenziale im Kerneinzugsgebiet. Eine professionell aufbereitete Adressliste liefert dazu alle relevanten Kontakte einer Region und bietet die Basis einer aktiven Marktbearbeitung.

Investitionstool

Es gibt eine kennzahlenbasierte, fundierte Auskunft darüber, ab welcher Potenzialgröße sich die professionelle Lkw-Vermarktung für den einzelnen Partner lohnt oder bei bestehenden Vermarktern noch ausgebaut werden kann.

Fuhrparkmanager 2.0

Die webbasierte Lösung des Fuhrparkmanagers ist mit sämtlichen Medien, ob Laptop oder Tablet, nutzbar und ermöglicht professionelle Fuhrpark-Checks beim Kunden vor Ort. Anhand der eingegebenen Daten können von der Reifen- und Luftdruckanalyse bis hin zur Optimierung der Standzeiten viele Einsparpotenziale aufgezeigt werden.

Nationale und internationale Flottenbetreuung

Zentrale Vertragsabsprachen mit Flottenkunden durch die 4Fleet Group sorgen für Kundenzuführung bei den angeschlossenen Betrieben.

TruckForce

Unterstützt von Goodyear Dunlop Tires bietet „TruckForce“ ein europaweites, hochqualitatives Lkw-Reifenservice- und Managementnetzwerk.

Nationale und internationale 24-Stunden-Pannenhilfe

Sie routet die Fahrer bei einer Panne zu den angeschlossenen Partnern und generiert somit ein Zusatzgeschäft für das Unternehmen.





PREMIO TUNING

Mit Premio Tuning unterstützen die GDHS ihre Fachhandelsbetriebe bei der Vermarktung von Breitreifen im UHP-Bereich, Alufelgen, Fahrwerken und Tuningzubehör. Die Partner erhalten die nötige Marketing- und Verkaufunterstützung, um der Zielgruppe, die gerne Geld für die Fahrzeugveredelung ausgibt, die passenden Produkte und Dienstleistungen bieten zu können. Auch der Aspekt des umweltschonenden „Green Tuning“ gewinnt für Premio Tuning immer mehr an Bedeutung. Zunehmend rückt hierbei die Senkung der Betriebskosten in den Fokus.

Folgende Instrumente wurden in den letzten Jahren im Tuning-Bereich fest etabliert:

8

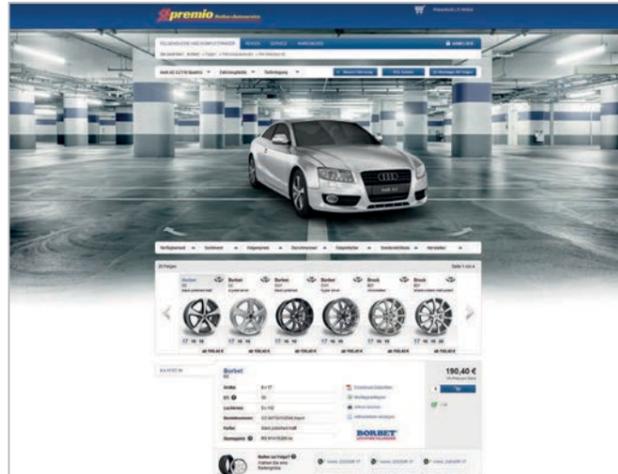
Premio Tuning-Katalog

Schon seit zehn Jahren gibt es das Standardwerk der Tuning-Szene am Kiosk und in den Betrieben, jetzt ist der Katalog auch im Lesezirkel integriert. Hier werden alle relevanten Markenanbieter von Reifen, Felgen und Tuningkomponenten für hochwertiges Tuning präsentiert.



Premio Tuning News

Zweimal im Jahr wird dieses Magazin über die Händler verteilt. Den Kunden gibt es einen guten Überblick über die aktuellsten Trends und Produkte zur Umrüstzeit im Frühjahr und Herbst.



3D-Felgenkonfigurator

Für eine professionelle Beratung des Kunden vor Ort oder auch am heimischen Rechner. Hier werden nur zugelassene Reifen, Felgen und Tuningkomponenten virtuell am ausgewählten Fahrzeug gezeigt. Für die favorisierte Konfiguration erhält der Kunde einen Code, der die Beratung und das Verkaufsgespräch beim Händler erleichtert.

Tuning-Messen

Premio Tuning ist seit Jahren auf allen wichtigen Publikumsmessen der Szene mit Premio Tuning-Partnern als Verkaufspersonal vertreten.

Tuning-Seminaren

In Seminaren des GDHS-Trainingscenters lernen die Teilnehmer schnell, wie viele Möglichkeiten es gibt, die Potenziale bei Kundenfahrzeugen für kleine Umrüstungen zu heben und damit den Rohertrag im Reifen- und Autoservice effektiv zu steigern.



DAS KOOPERATIONS-KONZEPT

Die 1986 gegründete Handelsmarketing-Initiative (HMI) ist ein Kooperations-Konzept für bestehende, selbstständige Unternehmer, die sich einer nationalen Handelskonzeption mit zentraler Systemunterstützung anschließen und dabei die lokale Marktpräsenz behalten möchten. HMI-Partnerunternehmen bieten neben den klassischen Leistungen des Reifenfachhandels meist ein großes Portfolio an Auto-service-Leistungen an. Mit rund 700 Partnern ist HMI das größte Handelssystem unter dem Dach der GDHS und zugleich eine der am stärksten wachsenden Organisationen im deutschen und österreichischen Markt.

Die GDHS öffnen dabei Handelspartnern, die bereit sind, die Marken Goodyear und Dunlop überdurchschnittlich zu vermarkten, den Zugang zu wertvollem Marketing-Know-how und anderen Leistungsbausteinen.

In enger Zusammenarbeit mit den GDHS wird jeder HMI-Partner mit zusätzlichen Marketinghilfen beim Abverkauf von Reifen und Dienstleistungen unterstützt. Daneben profitieren die Partner von zahlreichen exklusiven Leistungen wie dem Flottenmanagement der 4Fleet Group, dem Zentraleinkauf über die Freie Reifeneinkaufsinitiative (FRI), dem Warenwirtschaftssystem *tiresoft* und der automatischen Nachschubsteuerung VMI. Um die Wettbewerbsfähigkeit der Gruppe und jedes Einzelnen zu steigern, wird großer Wert auf die Potenziale jedes Partners und die Qualität der Betriebe gelegt.

9

Voraussetzungen
▶ ein Vermarktungsvolumen von mindestens 3.000 Reifen
▶ mindestens drei Bühnen
▶ Runflat- und UHP-Zertifizierung
▶ wünschenswert sind ein Meister für Reifen- und Vulkanisationstechnik oder ein Kfz-Meister
▶ Bereitschaft zur ständigen Weiterbildung aller Mitarbeiter laut GDHS-Trainingskonzept





DAS DISCOUNT-KONZEPT

Mit Quick haben die GDHS im Jahr 1995 den ersten deutschen Reifendiscouter im Markt etabliert. Heute ist Quick das erfolgreichste und am stärksten wachsende Reifendiscout-Unternehmen in Deutschland. Deshalb sucht Quick in den Ballungsgebieten der Bundesrepublik nach geeigneten Gewerbeflächen, um die Erfolgsgeschichte weiter fortzuführen.

Dabei heißt Quick sowohl Franchisenehmer als auch Investoren in der „Quick-Familie“ herzlich willkommen.

Was für den Verbraucher mit „billig, gut, schnell!“ prägnant zum Ausdruck gebracht wird, umschreibt der Fachmann mit „professioneller Einfachheit“. Bei Quick wurde alles auf das Wesentliche reduziert: eine moderne und ansprechende, aber zweckmäßige Verkaufsraumausstattung, aktuelle Technik in der Werkstatt, optimale Lagerlogistik und eine effiziente Personalplanung garantieren einen um mindestens 30 % niedrigeren Kostenapparat als bei herkömmlichen Reifenfachhandelsbetrieben.



Einer der Hauptfaktoren des Erfolgs ist darüber hinaus die Konzentration auf die Kernkompetenzen: Reifen, Felgen, Radmontage und Achsvermessung.

Als Markendiscouter vertreiben Quick-Partner nur Reifen und Felgen namhafter Hersteller und erwerben diese zu besten Konditionen, dank derer die Ware zu konkurrenzlos günstigen Preisen angeboten wird. Ein intelligentes Warenwirtschaftsprogramm sorgt dafür, dass alle Prozesse vom Einkauf bis zum Verkauf innerhalb des Betriebes verknüpft werden. Und selbstverständlich profitieren auch die Quick-Partner von der automatischen Nachschubsteuerung VMI.

Durch regelmäßige Schulungen der Verkäufer, Monteure und Filialleiter in der Quick-Trainingsakademie wird die Qualität der Kundenbetreuung und Verkaufsgespräche sichergestellt.

Voraussetzungen (Auszug)

- ▶ eine kaufmännische Ausbildung (Kfz-Branche von Vorteil) und verkäuferisches Talent
- ▶ ein passender Standort (Ballungszentrum mit mindestens 200.000 Einwohnern)
- ▶ frequentierte Lage
- ▶ eine Gebäudefläche von ca. 500-800 qm oder ein Baugrundstück von ca. 1.500-2.000 qm



DAS FLOTTENGESCHÄFT

Die 4Fleet Group ist einer der wichtigsten Leistungsbausteine der GDHS und bietet seit 1993 ein umfassendes Reifenmanagement rund um die Themen Reifen, Räder und Autoservice für Fuhrparks an.

Alle namhaften internationalen und nationalen Leasinggesellschaften verlassen sich auf die Expertise der 4Fleet Group.

Die 4Fleet Group zählt mit einem Netzwerk über 1.200 Servicestationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu den führenden Dienstleistungsunternehmen auf dem Gebiet des Reifenmanagements. In ganz Europa gewährleisten sogar mehr als 4.000 Partner einen lückenlosen Service und ein umfassendes, markunenabhängiges Angebot.



Für die Handelspartner der GDHS akquiriert die 4Fleet Group nationale und internationale Leasing-, Eigentums-, Behörden- sowie Nutzfahrzeugflotten und schließt die notwendigen

Rahmenvereinbarungen ab. Das internetbasierte Online-Abrechnungssystem Fleet OnlineSolution (FOS) vereinfacht die Abwicklung für die 4Fleet Group-Partner und sorgt für transparente Prozesse zwischen Händler, Zentrale und Flottenkunde.

Die 4Fleet Group bietet ihren Partnern zusätzliche Dienstleistungskonzepte wie zum Beispiel die mobile Reifenmontage vor Ort (Mobile Fitting) für eine noch intensivere Kundenbetreuung an.



KOMPLETTRAD-KOMPETENZ

TYSYS ist im Hause der GDHS verantwortlich für die kompetente Vermarktung von Komplettträgern, Felgen und Reifen. Die Kunden von TYSYS sind vor allem Automobilhersteller, Autohäuser, Kfz-Werkstätten und der Reifenfachhandel. Flexible Fertigungskapazitäten ermöglichen es, sowohl Klein- als auch Großbestellungen im Bereich Kompletttrad zeitnah zu bedienen.

Mit ISO 9001 zertifizierten, eigenen, modernen Kompletttradmontagestraßen ist es TYSYS möglich, bis zu 3.000 Komplettträger pro Tag in einem 3-Schicht-System zu fertigen. Als Teil des Goodyear Dunlop Konzerns nutzt TYSYS die Möglichkeit, sowohl auf die Lagerkapazitäten als auch auf die Logistik des Konzerns zuzugreifen. Das bedeutet: Verfügbare Ware wird innerhalb von 24 Stunden an den Kunden geliefert.

TYSYS ist ein markenübergreifender Vollsortimenter im Bereich Reifen und Felgen. Über das Online-Bestellsystem unter www.tsys24.de können die Kunden rund um die Uhr die gewünschten Produkte suchen und sofort ordern. TYSYS hebt sich als kundennaher Dienstleister deutlich von der Masse anonymer Online-Portale ab.



Die Mitarbeiter der Hotline sind durchweg Experten für Komplettträger und geben kompetente Fachauskünfte zu allen Rad-Reifen-Kombinationen. Zusätzlich fungiert ein professioneller Außendienst als Ansprechpartner vor Ort.

Ergänzend erhalten die Kunden des Kompletttradvermarkters in dem seit vielen Jahren etablierten TYSYS-Kompletttradkatalog einen umfassenden Überblick über das aktuelle Produktsortiment von Reifen, Stahl- und Alufelgen.



EINKAUF MIT SYSTEM

Das Beschaffungsmanagement der Einkaufsorganisation „Freie Reifeneinkaufsinitiative“ (FRI) flankiert die Aktivitäten der GDHS seit über 20 Jahren. Die zu Beginn des Jahres 1993 gegründete selbstständige Kooperation freier mittelständischer Reifenfachhändler mit Sitz in Frechen hat sich zu einer der stärksten Einkaufsgemeinschaften des deutschen Reifenhandels entwickelt. Die Mitglieder setzen sich zu einem großen Teil aus Premio-, Quick- und HMI-Partnern der GDHS zusammen.

Die Aufgabe der FRI ist die Verhandlung der Konditionen aller Reifenmarken außer der Goodyear Dunlop Produkte, die von den GDHS-Partnern direkt bei der GDTG bezogen werden. Genauso übernimmt die FRI für ihre Gesellschafter das Beschaffungsmanagement für alle anderen Produkte rund um den Bedarf der Reifenfachhändler, wie Felgen, Autzubehör, Autoteile, Hilfsmittel, Dienstleistungen etc.

Durch die Bündelung des Einkaufsvolumens und die Konzentration auf eine begrenzte Anzahl an Lieferanten, mit denen eine enge Zusammenarbeit besteht, werden Einkaufsvorteile realisiert, die ihrerseits dem FRI-Mitglied einen Wettbewerbsvorteil im Markt ermöglichen.

Schlüsselinstrument ist die leistungsfähige Beschaffungsplattform www.fri-frechen.de, ein Orderportal für deutlich mehr als nur den Reifeneinkauf.

Unterstützt wird die FRI-Zentrale durch das Mitwirken eines eigenen FRI-Beirates. Sechs freie Unternehmer (= FRI-Gesellschafter) arbeiten in Fachausschüssen und mehrmals jährlich stattfindenden Tagungen an einer weiterhin innovativen Geschäftspolitik.

Im Rahmen der zweimal jährlich stattfindenden Regionaltagungen informiert die FRI ihre Mitglieder persönlich und detailliert. Ferner trifft man sich an den Schnittstellen zwischen horizontaler und vertikaler Kooperation mit den GDHS-Fachhandelsbeiräten, um den Erfolg dieses Gesamtkonzeptes permanent abzurunden.

Auch in Österreich, in der Schweiz und in Frankreich haben sich Reifenfachhändler als assoziierte Mitglieder angeschlossen. Die FRI bündelt so über die Grenzen Deutschlands hinaus das Einkaufsvolumen der Goodyear Dunlop angeschlossenen Reifenfachhändler.



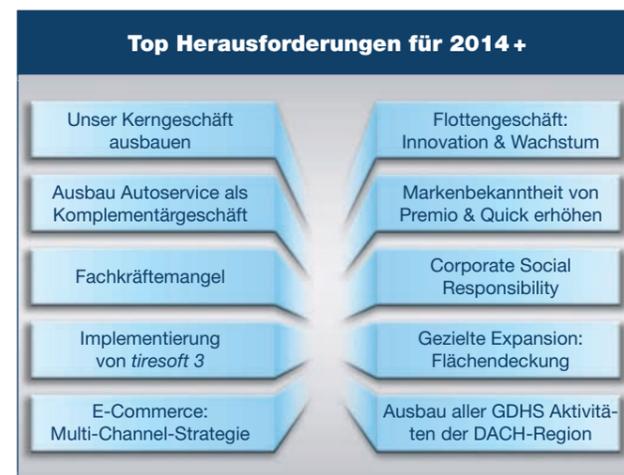
ANPASSUNG AN DIE MARKTBEDINGUNGEN: „ZUKUNFT MIT SYSTEM“

Unter dem Motto „Zukunft mit System“ hat sich die Kooperation unter anderem das Ziel gesetzt, die beste zu sein. Dies soll keineswegs abgehoben wirken, sondern alle stets daran erinnern, was notwendig ist, um dem hohen Anspruch, den sich die Gruppe setzt, tatsächlich gerecht zu werden. Um sich wie bisher auch bei rückläufigen Marktbedingungen behaupten zu können, ist die Bereitschaft gefordert, sich an verändernde Marktanforderungen schnell anzupassen. Wer lange in Gewohnheiten verharrt, wird den Anschluss schnell verlieren, denn nie war der technische Fortschritt, gerade in der Informationstechnologie, so rasant wie heute. Damit verändert sich auch das Verbraucherverhalten.

14 Die GDHS arbeiten daher eng mit Experten innerhalb der Branche wie zum Beispiel dem Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseurhandwerk e.V. (BRV) zusammen und kommen damit ihrer Verantwortung nach, Sorge zu tragen, dass die Branche und die angeschlossenen Handelspartner auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleiben und auf Kundenbedürfnisse der Zukunft vorbereitet sind. So hilft zum Beispiel die Studie „Reifenfachhandel 2020 – Zukünftige Entwicklungstendenzen und strategische Handlungsoptionen“, die vom BRV in Auftrag gegeben wurde, die langfristigen Veränderungen zu erkennen und in der Strategie mit einzuplanen.

Aber auch Experten aus anderen Fachgebieten wie z.B. Universitätsprofessor Dr. Dr. h.c. Joachim Zentes von der Universität Saarbrücken helfen den GDHS, frühzeitig Trends und Tendenzen im Markt zu erkennen und bereit für die Zukunft zu sein und zu bleiben. Neben der Entwicklung von digitalen Netzwerken und der Präsenz im Internet zählt eben weiterhin auch der

Kunde als Mensch. Daher werde parallel, so Professor Dr. Dr. h.c. Zentes, auch die „personale Interaktion“ an Bedeutung gewinnen, da diese für viele Verbraucher der entscheidende Grund sei, eben nicht online, sondern stationär zu kaufen. Der Zukunftsforscher Matthias Horx weist darauf hin, dass der stationäre Handel immer mehr zu einem „emotionalen Einkaufserlebnis“ werden müsse. Daraus ergibt sich, das Augenmerk besonders auf das Personal in den einzelnen Betrieben zu richten und entsprechend den neuen Anforderungen zu schulen, denn fehlende Kompetenz im Umgang mit den Kunden kann sich in Zukunft kein Unternehmen mehr erlauben.



Umso wichtiger ist es, dass die GDHS mit der Unterstützung der Experten an einer „Zukunft mit System“ arbeiten. Um die Partner auf diesem Weg bestmöglich zu unterstützen, können diese aus einer Fülle von Leistungsbausteinen schöpfen, mit denen sie nicht nur am Puls der Zeit agieren, sondern immer auch schon einen Schritt weiter sind.

OPTIMALE MARKTPositionIERUNG DURCH RELEVANTE LEISTUNGSBAUSTEINE

Die GDHS bieten Ihren Kunden die vorhandenen Leistungsbausteine nach vier Kategorien: Kundenbindung/Kundenzuführung, Einkaufs- und Warengruppenmanagement, Systemunterstützung und zukunftsweisende IT-Systeme.

Kundenbindung/Kundenzuführung

Mit nationaler Werbung, zentralen Marketingmaßnahmen und abgestimmten Kundenbindungsprogrammen sorgen die GDHS für eine maximale Kundenfrequenz. Einen großen Stellenwert nimmt die Multi-Channel-Strategie ein. Im Zeitalter der neuen Medien und der wachsenden Bedeutung von E-Commerce wird es umso wichtiger, alle Kommunikationsmaßnahmen zum Kunden hin zu vernetzen. Ein weiteres wichtiges Kundenzuführungsinstrument ist auch das Flottenmanagement durch die 4Fleet Group, die sich im Markt behauptet und den Partnern der GDHS nationale sowie internationale Kunden in die Betriebe bringt.

Einkaufs- und Warengruppenmanagement

In diesem Bereich bildet das VendorManagementInventory (VMI) ein Highlight der GDHS. Die Partner nutzen diese Reifennachschubsteuerung bereits seit einigen Jahren, weil es ihnen ermöglicht, die Liquidität maßgeblich zu steigern, den Warenbestand zu reduzieren und die Warenumschlagshäufigkeit deutlich zu erhöhen. Aber auch die Unterstützung im Auto- und Lkw-Service als weiteres Standbein neben dem reinen Pkw-Reifenservice hilft den Reifenfachhändlern, noch profitabler zu arbeiten.

Systemunterstützung

Von Standortanalysen über Systembetreuung und Managementberatung bis hin zu individuellen Entwicklungs- und Schulungsprogrammen im GDHS eigenen Trainingscenter erhalten die Händler in ihrer Region über das ganze Jahr hinweg die Unterstützung, die sie benötigen. Um zukunftsfähig bleiben zu können, ist die Weiterentwicklung im Bereich Verkauf, in der Werkstatt und als Unternehmer ein zentrales Thema. Auch der enge Dialog und die Beratung durch kompetente Gebietsmanager und Systemberater stehen im Fokus bei der Systemunterstützung durch die GDHS.

Zukunftsweisende IT-Systeme

Dazu gehört vor allem das neue Warenwirtschaftssystem **tiresoft 3**. Die GDHS stellt ihren Partnern eine bisher einzigartige Software zur Verfügung, die gezielt auf die Bedürfnisse von Reifen- und Autoservicebetrieben – und ganz speziell auf die Anforderungen der GDHS-Partner – zugeschnitten ist. Ein weiteres Highlight der GDHS-Systemwelt: Jeder Unternehmer hat mit dem Management Informationssystem (MIS), in dem alle Betriebskennzahlen und Auswertungen seines Betriebes gezeigt werden, ein optimales Controllinginstrument. Eine ergänzende Intranetplattform, das partner.net, bietet mit seinem Inhalt rund um alle GDHS-Bausteine weitere wichtige Informationen für eine optimale Betriebsführung.



DAS NETZWERK LEBT!

Den Weg in die Zukunft gehen die GDHS gemeinsam mit ihren Handelspartnern. Daher ist es wichtig, mit den Händlern auf verschiedenen Ebenen zu kommunizieren. Es gibt mittlerweile viele Anlässe innerhalb des GDHS-Netzwerks, die regelmäßig einen persönlichen Austausch zwischen der Systemzentrale und den Partnern, aber auch unter den Partnern selbst, ermöglichen.

Bei den regionalen Stammtischen erhalten sie die Gelegenheit, sich mit Kollegen anderer Betriebe aus der Region zu unterhalten und gemeinsam mit dem jeweiligen Gebietsmanager oder Systemberater der GDHS über aktuelle und lokale Themen der Branche und der Kooperation zu sprechen.

In verschiedenen Arbeitskreisen, wie zum Beispiel dem Lkw-Arbeitskreis und dem IT-Arbeitskreis bringen sich die Partner aktiv in die Weiterentwicklung von Bausteinen mit ein.

Die Akademien für Verkäufer, Serviceberater und Unternehmer, die Seminare des GDHS-Trainingscenters und das GDHS-Management-Förderprogramm sind mehr als bloße Weiterbildungsmaßnahmen und tragen erheblich dazu bei, dass auch zwischen den Mitarbeitern der einzelnen Unternehmen ein Dialog und eine Gemeinschaft entstehen.

Hervorragend besucht sind außerdem die zweimal im Jahr stattfindenden Tagungen für die Premio-, Quick- und HMI-Partner. Hier werden die Händler über neue Entwicklungen im Markt und weitere Unterstützungsmodule der GDHS informiert. Gemeinsam wird hier über aktuelle Marktgegebenheiten diskutiert und in persönlichen Gesprächen mit den jeweiligen Ansprechpartnern der GDHS individuelle Themen erörtert.

Alle zwei Jahre trifft sich die gesamte GDHS-Gruppe im Rahmen eines großen Handelskongresses. Im Gegensatz zu den Tagungen geht es hier weniger um das Tagesgeschäft im Detail, sondern mehr um langfristige Strategien und Entwicklungen im Reifenfachhandel sowie Trends im Endverbraucherverhalten.

DER HÄNDLERBEIRAT – DIE STIMME DER HÄNDLERSCHAFT

Die Interessen der Händler vertritt der Händlerbeirat.

Konsultiert wird der GDHS-Beirat bei allen strategischen Fragen, bei expansionsrelevanten Entscheidungen sowie bei Aspekten zur Entwicklung der einzelnen Handelssysteme. Damit ist der Beirat aktiver Impulsgeber für künftige Prozesse innerhalb des GDHS-Verbundes.

Für die Systemzentrale sind vor allem aktuelle Trends im Markt von besonderem Interesse. Neben der Marktforschung sind es vor allem die direkten Informationen aus dem operativen Geschäft, die in die Planungen einfließen. Auch hier ist der Beirat mit seiner Expertise gefragt.

Seine wichtigste Rolle jedoch ist die des Vermittlers: Der GDHS-Beirat ist Interessenvertreter und Ansprechpartner der Händler sowie Schlichter bei strittigen Fragen.

Der partnerschaftliche Umgang zwischen der Systemzentrale und dem Händlerbeirat steht bei der Zusammenarbeit im Sinne der gemeinsamen Strategie des GDHS-Verbundes stets im Vordergrund.

VISION

Unsere Marktführerschaft als SYSTEMGEBER NR. 1 DES REIFENFACHHANDELS weiter ausbauen!

Dieses Ziel möchten wir gerne mit sehr ambitioniertem Engagement und in enger, verzahnter Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern erreichen. Das heißt konkret,

- ▶ dass wir als GDHS – als Systemgeber und Vertreter der vielen lokalen Marktteilnehmer – die Veränderungen im Markt genau beobachten,
- ▶ dass wir dabei besonders die Wachstumsmöglichkeiten und die Optimierung der Wertschöpfung unserer Handelspartner im Auge behalten, damit sie weiter mit ihren Betrieben im Markt bestehen können,
- ▶ dass wir offen und konstruktiv mit unseren Partnern beratschlagen, wie wir diesen Veränderungen begegnen,
- ▶ dass wir all dies im Sinne der Kunden unserer Partner tun und hier dem Endverbraucher einen Servicevorteil bieten, der persönlicher ist und näher an seinen Bedürfnissen ausgerichtet wird,
- ▶ dass wir aus den Erfahrungen von- und miteinander lernen und neue Geschäftsfelder und Leistungsbau- steine entwickeln,
- ▶ und dass wir neue Partner von unseren Angeboten und Ideen überzeugen möchten.

