



Z-TYRE

Motiviert auf neuen Wegen

Die neue Reifen-Flatrate von Z-Tyre kommt im Markt offenbar gut an, sodass die Verantwortlichen ein sehr positives erstes Fazit ziehen können. Innerhalb von drei Wochen schlossen sich 200 Händler an.

Mit ihrer neuen Reifen-Flatrate scheint die Z-Tyre GmbH den Nagel auf den Kopf getroffen zu haben. Zumindest, was die Resonanz am Markt anbelangt. „Das erste Fazit ist sehr positiv, das Konzept wird sehr gut aufgenommen“, erklärt Stephan Nungess gegenüber AUTOHAUS. „Die Händler rennen uns sprichwörtlich die Bude ein“, sagt der Geschäftsführer der neuen Z-Tyre GmbH. Innerhalb von drei Wochen seien 200 Händler rekrutiert worden.

Das Konzept hinter dem Abo-Modell, mit dem die Reifenexperten preisbewusste Pkw-Lenker in die geplanten 600 Partnerbetriebe locken möchten, ist bestechend einfach und lässt sich am besten mit einer Smartphone-Flatrate verglei-

chen. Monat für Monat wird eine Rate fällig – im Gegenzug bekommt der Autofahrer dann 100 Prozent Kostenkontrolle (siehe den ausführlichen Bericht in AUTOHAUS 6/2016).

Denn von 4,99 bis 12,99 Euro brutto im Monat kann er die Premium-pneus im Abo-System fahren – egal, ob Sommer- (15 bis 21 Zoll) oder Winterreifen (15 bis 20 Zoll).

Praktisch: Sind die Reifen abgefahren oder etwa durch

einen Nagel beschädigt, gibt's einfach einen neuen. Interessant: Obwohl die Z-Tyre-Macher Michael Saitow und Stephan Nungess interessierten Handelspartnern beachtliche 25 Prozent Handelsmarge bieten, wird Stephan Nungess zufolge bei den Händlern kaum über die Marge gesprochen. Scheint für das Konzept zu sprechen. „Bei den Autohäusern, Werkstätten und Reifenhändlern kommt besonders gut an, dass es etwas Neues ist“, so Stephan Nungess.

Zweites Gespräch vor Ort

Und der Aufklärungsbedarf? Stephan Nungess weiß auch, dass der Mensch als Gewohnheitstier mitunter Veränderungen scheut. Für seine Außendienstmitarbei-



Als Hingucker im Store: Laut Z-Tyre platzieren die teilnehmenden Händler das POS-Material dominant.

Fotos: blueagency/fotolia, Patrick Neumann, Z-Tyre



Die Macher hinter dem neuen Abo-Modell von Z-Tyre: Stephan Nungess, Geschäftsführer Z-Tyre GmbH (links), und Tyre24-Chef Michael Saitow

ter stellt das laut eigenen Angaben aber kein Problem dar. Man nimmt sich die Zeit für ein Zweitgespräch vor Ort. „Das System erfordert vom Ablauf her einfach Eingewöhnung, das ist durchschnittlich noch mal eine halbe Stunde pro Händler, die wir zusätzlich gerne investieren“, so der Geschäftsführer. „Die Händler sind motiviert, die Rückmeldungen sind gut.“

Einer dieser Händler ist die Rütz GmbH, mit einem Standort in der Orber Straße 44 in Frankfurt am Main. „Wir sind mit dem Service von Z-Tyre sehr zufrieden“, erklärt Jörg Eichhorn von der Rütz GmbH. Spätestens 24 Stunden nach der Online-Bestellung liegen beispielsweise die gewünschten Pneus in der Mainmetropole vor. „Alles ist so, wie vorher von Z-Tyre versprochen“, betont der Verkaufsleiter und Assistent der Geschäftsleitung am Telefon.

„Das Konzept bietet einen sehr guten Reifen“, sagt Jörg Eichhorn. Die Grundvoraussetzung. Abgesehen davon sind die Endkunden aber offenbar auch neugierig auf neue Formate wie das von Z-Tyre. So habe die Rütz GmbH mit einer Flyeraktion am Samstag „gute Erfahrungen gemacht“, das Telefon hätte nicht mehr stillgestanden. Drei Kunden buchten sogar sofort die Flatrate.

„Reifen“ als Kontaktpunkt

Den nächsten Schub für das neue Konzept könnte dann die 2016er-Ausgabe der Fachmesse „Reifen“ in Essen bringen, die vom 24. bis 27. Mai in Essen stattfindet. Eine Drehscheibe für innovative Produkte und neue Ideen. Autohauschefs und

deren Mitarbeiter finden den Stand mit dem Z-Tyre-Logo in Halle 3, Standnummer 3 C10. Stephan Nungess: „Wir erwarten, dass etwa noch mal 100 Händler im nächsten Monat dazukommen und die Flächendeckung weiter ausgebaut wird.“

Dass die teilnehmenden neuen Z Stores dank der Flatrate Chancen für ihr eigenes Geschäft sehen, zeigt die Tatsache, wie stark sich der eine oder andere diesbezüglich engagiert. „Sehr erfreulich ist, dass die bisherigen Z Stores auch wirklich Lust haben mitzumachen“, so der Geschäftsführer. Demnach würden die Händler das kostenlose POS-Material nicht nur einfach im Betrieb nutzen, sondern sie platzierten es dominant am POS. Also im Verkaufsraum gut sichtbar für den Endkunden. „Mehr noch: Viele Z-Store-Partner zeigen auch große Eigeninitiative. So werden auf eigene Kosten tausende Flyer verteilt, Kampagnen bei Facebook durchgeführt oder Busse beklebt“, freut sich Stephan Nungess. „Die Resonanz bei den Autohäusern und Werkstätten ist überlegend.“

Natürlich ist Reifenexperte Jörg Eichhorn klar, dass das neue Konzept zunächst erklärt und dann von den Pkw-Lenkern angenommen werden muss. „Wir sehen mit Z-Tyre positiv in die Zukunft“, so Jörg Eichhorn. Zumal dank des Spar-Abos Autohalter in die Orber Straße 44 kommen, die bislang noch nicht dort waren.

Anders als die klassischen Kfz-Betriebe fremdeln die Reifenfachhändler Z-Tyre zufolge noch teilweise mit dem neuen Konzept. Stephan Nungess hat hierfür eine Erklärung parat: Sie seien oft stark

KURZFASSUNG

Das neue Reifen-Flatrate-Angebot von Z-Tyre stößt offenbar im Autohandel auf große Resonanz. Innerhalb von drei Wochen ließen sich 200 Händler von den Vorteilen des Spar-Abo-Konzepts überzeugen – und somit rekrutieren. Etwa die Rütz GmbH mit ihrem Standort in der Frankfurter Orber Straße.

mit anderen Premium-Reifenherstellern wie Continental, Michelin und Co. verbunden, sodass man es sich mit diesen namhaften Pneumarken nicht verderben wolle.

Gewerbekunden interessiert

Doch nicht nur die in erster Linie adressierten Endkunden, auch preisbewusste Flottenkunden schielen aktuell auf die Abo-Flatrate aus dem Hause Z-Tyre. Vor allem das große Interesse von Taxiunternehmen spürt man in der Zentrale. Stephan Nungess: „Wir können dieses Klientel in unserem Konzept zum derzeitigen Zeitpunkt noch nicht abbilden. Es laufen aber Überlegungen, für Businesskunden spezielle Tarife anzubieten.“

Patrick Neumann ■



Ab 4,99 Euro brutto im Monat können jetzt clevere Autofahrer ihre Premiumpneus im Abo-System fahren.