

Unser Wirtschaftssystem beruht auf Wachstum.

„Die Vorstellung von stetigem Wachstum beruht auf der unendlichen Innovationsfähigkeit und Schaffenskraft von uns Menschen“

Zitat aus einem Buch zur Volkswirtschaftslehre

Wachstum und Mixentwicklung

Schlagworte der Reifenindustrie und deren Folgen

THEMA REIFEN



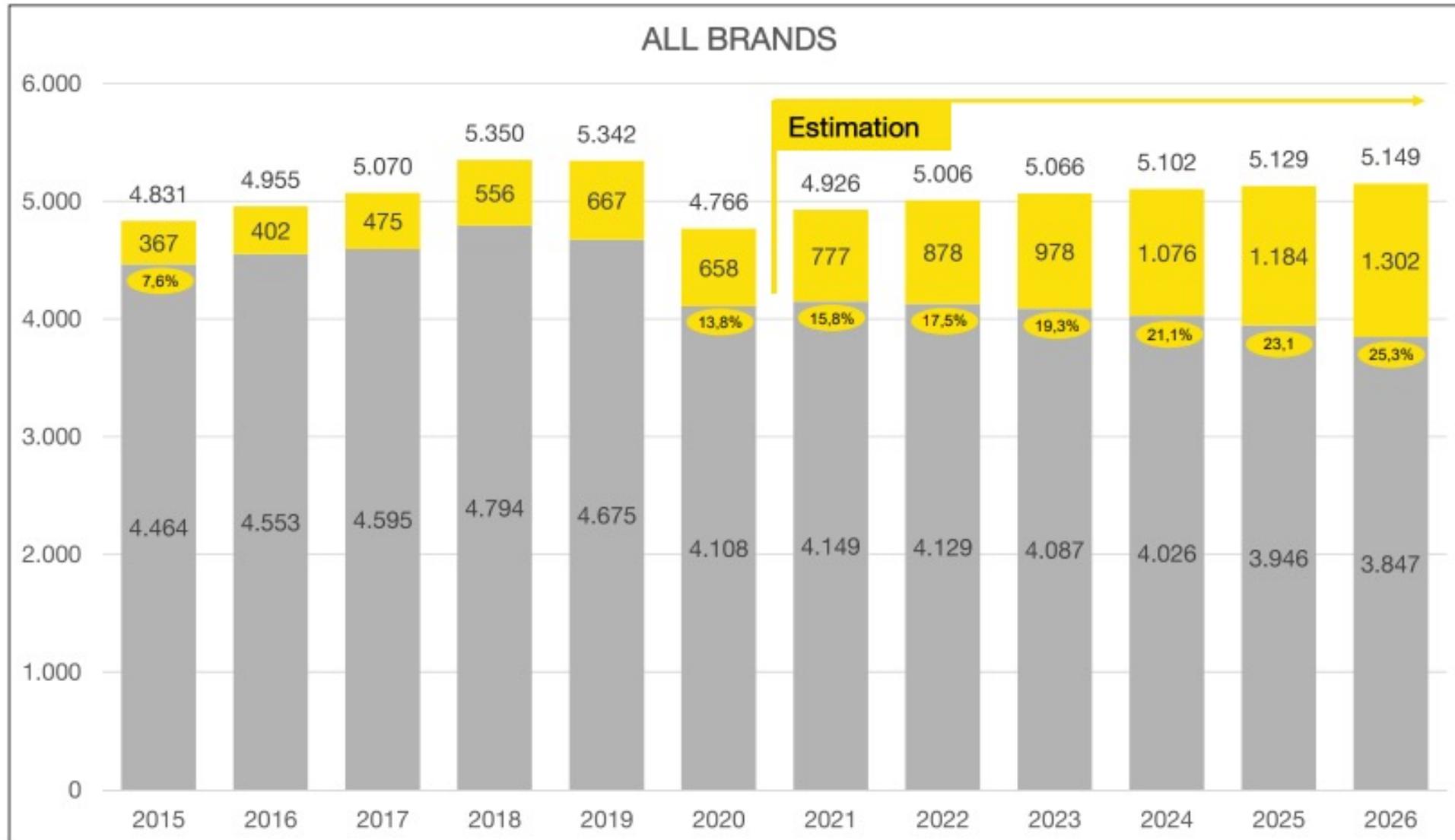
Dezember 2019 2020 2021

Gesamtjahr 2019 2020 2021

CAR/LT TOTAL (without DIR.CUST)	130 064	95 938	130 850	1%	36%
by rim & seasonality					
≤16"	94 535	64 698	87 614	-7%	35%
SUMMER	18 304	4 877	8 605	-53%	76%
WINTER	71 131	54 841	72 468	2%	32%
ALL SEASONS	5 100	4 980	6 541	28%	31%
=17"	19 539	15 880	20 852	7%	31%
SUMMER	4 099	2 036	5 553	35%	173%
WINTER	14 651	12 659	13 764	-6%	9%
ALL SEASONS	789	1 185	1 535	95%	30%
=18"	8 785	8 551	10 715	22%	25%
SUMMER	2 222	2 012	1 432	-36%	-29%
WINTER	6 242	6 079	8 523	37%	40%
ALL SEASONS	321	460	760	137%	65%
≥18"	15 468	15 283	21 469	39%	40%
SUMMER	4 502	4 032	3 697	-18%	-8%
WINTER	10 509	10 577	16 495	57%	56%
ALL SEASONS	457	674	1 277	179%	89%
≥19"	6 683	6 732	10 754	61%	60%
SUMMER	2 280	2 020	2 265	-1%	12%
WINTER	4 267	4 498	7 972	87%	77%
ALL SEASONS	136	214	517	280%	142%
NA	10	12	0	-100%	
BASKET	512	65	915	79%	1308%

CAR/LT TOTAL (without DIR.CUST)	5 336 809	4 766 395	5 088 189	5%	7%
by rim & seasonality					
≤16"	3 815 641	3 310 981	3 366 014	-12%	2%
SUMMER	988 118	837 383	869 332	-12%	4%
WINTER	2 719 910	2 339 415	2 317 813	-15%	-1%
ALL SEASONS	107 613	134 183	178 869	66%	33%
=17"	854 165	797 121	879 848	3%	10%
SUMMER	352 633	339 404	376 669	7%	11%
WINTER	487 935	438 329	475 240	-3%	8%
ALL SEASONS	13 597	19 388	27 939	105%	44%
=18"	370 552	373 853	446 575	21%	19%
SUMMER	200 262	195 821	233 899	17%	19%
WINTER	164 878	168 024	196 318	19%	17%
ALL SEASONS	5 412	10 008	16 358	202%	63%
≥18"	653 382	649 665	830 119	27%	28%
SUMMER	375 129	360 067	438 895	17%	22%
WINTER	271 219	276 525	365 402	35%	32%
ALL SEASONS	7 034	13 073	25 822	267%	98%
≥19"	282 830	275 812	383 544	36%	39%
SUMMER	174 867	164 246	204 996	17%	25%
WINTER	106 341	108 501	169 084	59%	56%
ALL SEASONS	1 622	3 065	9 464	483%	209%
NA	112	135	155	38%	15%
BASKET	13 509	8 499	12 059	-11%	42%

MARKTEINSCHÄTZUNG PIRELLI



Hürden der Bevorratung:

- Um 2017 im Winter von allen Artikeln, die insgesamt 80% des Umsatzes ausmachen, je eine Garnitur (4 Winterreifen) eines Premiumherstellers einzulagern, bedurfte es:
 - **300 Reifen (75 Artikel) und EUR 24.009,56 = EUR 80,03/Stk**
- Um 2022 im Winter von allen Artikeln, die insgesamt 80% des Umsatzes ausmachen, je eine Garnitur (4 Winterreifen) eines Premiumherstellers (den selben wie 2017) einzulagern, bedurfte es:
 - **564 Reifen (141 Artikel) und EUR 66.443,52 = EUR 126,80/Stk**

führt zu:

- Steigerung Durchschnittspreis pro Reifen
 - Steigerung der Artikelvielfzahl (WI +30%/SO +50%)
 - Steigerung Platzbedarf Lager
 - Steigerung Platzbedarf Depotregal
 - Steigerung Platzbedarf Auslieferfahrzeug
 - Steigerung gebundenes Kapital
-
- Reduktion Ertrag Reifenhandelsgeschäft

- Den Engpass im Betrieb lokalisieren
 - Im Idealfall sind dies die Bühnen mit Personalbesetzung
- Den Durchsatz genau analysieren (in der Praxis) wie viele Fahrzeuge pro Zeiteinheit können abgewickelt werden
 - Sinkender Durchsatz = steigenden Kosten u/o steigende Preise
- Reifenhotel bestmöglich dem Durchsatz anpassen und Wachstum forcieren
 - (ggf. muss Neureifenlager reduziert werden)
- Bestmögliche Wertschöpfung pro Zeiteinheit
 - Terminbevorzugung für Reifenhotelkunden

Bezugsquellen:

- > 3.000 Stück: **Bezug bei Industrie**
- < 3.000 Stück: **Bezug beim Großhandel**

Wer den Großhandel mit dem anonymen Internet verwechselt, verliert den Anspruch auf individuelle Problemlösungen.

(Umtausch, alte DOTs, Falschlieferungen, Know-how-Transfer....)

WAS KOMMT NACH DER MIXSTEIGERUNG?



- Sollte nach marktsättigender Mixentwicklung keine bahnbrechende Innovation kommen, folgt der Verdrängungswettbewerb.

...folglich darf ich Ihnen raten, bleiben Sie flexibel, analysieren Sie Ihre Engpässe und richten Sie Ihre Preise und Leistungen danach aus.

Zitat Mirjam Hauser:

Der Wettbewerb der Werte wird wichtiger als der Wettbewerb der Preise.

- Depotplätze anbieten
- Bezugsquellen analysieren, sich bekannt machen, klar entscheiden
- Bühnenplanung
- Personal für Produkt und Folgegeschäft motivieren
- Antizyklisch vorbereiten

- Kundenkontakt, Kundenanalyse und Kundenberatung