

Rundum versorgt

Beim Thema Reifenbeschaffung in der Flotte gibt es nicht den einen Königsweg, der für alle der richtige ist. Dies liegt vor allem daran, dass auch die Flotten selbst höchst unterschiedlich organisiert sind. So können große Flotten oftmals bessere Konditionen direkt über den Hersteller erhalten als kleine und mittlere Flotten, weil sie einfach mehr Reifen einkaufen. Wer einen Kauffuhrpark verwaltet, muss ohnehin einen eigenen Weg finden. Welche Bezugsquelle für welche Flotte am sinnvollsten ist, haben wir einmal für Sie herausgearbeitet.



Prinzipiell kann zwischen einem Full-Service-Angebot über eine Leasinggesellschaft oder einen Reifenmanager und einer Selbstbeschaffung unterschieden werden. Bei der Selbstbeschaffung gibt es wiederum die Möglichkeit, über den Händler vor Ort, das Internet oder den Hersteller die Pneu zu beziehen. Um herauszufinden, welche nun die beste Bezugsquelle für die eigene Flotte ist, müssen zunächst die Kosten für den eigenen Bedarf ermittelt werden. Dazu sollten Fragen geklärt werden wie: Welche Reifen und welche Felgen sind im Umlauf? Welche Reifen-Felgen-Kombination wird künftig benötigt? Darüber hinaus müssen alle Laufzeit- und Laufleistungskombinationen berücksichtigt werden. Außerdem sollten die Kosten für Services wie Einlagerung, Auswuchten, Rechnungsstellung, Terminerinnerung oder Reportings im Blick behalten werden. Stellt man diese Ausgaben der möglichen Leasingrate für das Reifenmodul gegenüber, ist eine fundierte Entscheidung möglich. Dieses Vorgehen unterscheidet sich nicht wesentlich von anderen Abwägungen im Fuhrparkmanagement, bei denen immer die Gesamtkosten in Betracht gezogen werden müssen. So beispielsweise bei der Frage: leasen oder kaufen? Oder der Entscheidung, andere Fuhrparkbereiche auszugliedern und an einen Dienstleister zu vergeben.

Full-Service-Leasing

Für Leasingflotten ist die Buchung eines Reifenmoduls naheliegend. Full-Service-Leasing wird immer beliebter, warum sollte man gerade die Reifenbeschaffung selbst übernehmen? Besonders für kleinere Flotten ist das Reifenmodul vieler Leasinggesellschaften oftmals der bessere Weg. Denn die Leasinggesellschaften haben sehr viel höhere Abnahmemengen bei Reifengroßhändlern als ein einzelner Fuhrpark und beziehen die Pneu zu deutlich besseren Konditionen. Die Leasinggeber haben die Möglichkeit, die Rabatte an die Flotten weiterzugeben. „Kunden können die Produkt- und Markenvielfalt der Delticom AG für sich nutzen und zu jeder Zeit auf ein großes Sortiment an Komplettträgern für unterschiedlichste Fahrzeugtypen zugreifen“, erklärt Timo Eisen, Leiter Komplettträger und Felgen bei Delticom. „Daraus können Kostenvorteile erwachsen und auch die Erweiterung des eigenen Produktportfolios ist möglich. Leasingfirmen etwa können durch alternative Ausstattungen oder individuell angepasste Auswahlmöglichkeiten bei Rädern in Wartungsverträgen die eigene Angebots- und Preisgestaltung verbessern“, führt der Experte des Reifen-Onlinehändlers weiter aus. Ähnliche Kostenvorteile seien auch beim Reifenservice denkbar. Darüber hinaus gilt auch beim Reifenmodul wie bei anderen Outsourcing-Prozessen, dass die eigenen personellen Kapazitäten entlastet werden. Die Wahlfreiheit in Sachen Reifenpartner und Fabrikat ist bei den meisten großen Leasinggesellschaften nur geringfügig eingeschränkt. Was sich zum Teil stark zwischen den Leasinggebern unterscheidet, sind die Vorgaben bei der Mindestprofiltiefe. Hier sollte der Fuhrparkleiter im Blick haben, ab wann ein Reifen für eine Leasinggesellschaft als abgefahren gilt. Gerade kurz vor Ende der Laufzeit noch einmal einen neuen Satz Reifen aufziehen zu müssen ist kostspielig. Ebenfalls im Blick behalten sollte der Fuhrparkleiter die anderen Dienstleistungen, die im Reifenmodul enthalten sind. Denn die Leasinggesellschaften übernehmen den Reifenservice nicht selbst, sondern vergeben den Auftrag an ein Subunternehmen. Damit wollen bereits zwei Unternehmen am Reifen des Flottenfahrzeugs verdienen. Je nach Angebot können hier noch einmal einzelne Dienstleistungen ausgegliedert werden. Um den Überblick zu behalten, sollte man eine Einzelkostenaufstellung von der Leasinggesellschaft verlangen.

Reifenhandel

Wer die Reifenbeschaffung selbst übernimmt, hat mehrere Möglichkeiten, an

passende Pneu für die Flotte zu kommen. Neben dem Autohaus, dem Reifenhändler vor Ort oder der Werkstatt kann der Fuhrparkleiter auch online nach den richtigen Reifen suchen. Im Zeitalter der digitalen Revolution, in dem man sogar den Supermarkteinkauf vom PC aus erledigen kann, ist dies keine überraschende Entwicklung und eigentlich auch gar nicht mehr so neu, wie es sich anhört. So sind die B2B-Onlinehops wie *Autoreifenonline.de* oder *Flotten24.de* bereits seit mehr als 15 Jahren im Onlinereifenhandel tätig. Der Anteil des Onlinehandels am gesamten Reifenabsatz liegt bei rund zehn Prozent. Diese Zahlen beziehen aber auch die Privatkäufer mit ein, die mit einem Marktanteil von 82,5 Prozent die größte Käufergruppe darstellen. (Quelle: Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk e.V.)

Doch bringt der Onlinekauf dem Flottenmanager auch Vorteile oder ist dies eher ein Konzept für den Privatkunden? Jochen Freier, Geschäftsführer der *tyremotive GmbH*, bemerkt dazu: „Bei der Vielzahl von verschiedenen Reifengrößen und -herstellern auf dem Markt gibt es keinen Vollsortimenter. Daher sind eine Bestellung und der komplette Lieferprozess über eine Onlineplattform der einzige Weg durchsichtige Konditionen, Stückzahlen und Verfügbarkeiten darzustellen.“ B2B-Portale wie *TyreSystem* bieten jede Menge Funktionen. Im Falle von *TyreSystem* eine automatische Mengenkalkulations-Funktion, die Hersteller-Kategorisierung, Schnittstellen zu verschiedensten Warenwirtschaftssystemen, ein Preiskalkulations-Tool, die Bestelldaten-Export-Funktion, die Möglichkeit der Erstellung von Detailangeboten, neue Filterkategorien sowie zusätzlich abrufbare Fahrzeugdaten.

Transparenz und Vergleichbarkeit sind demnach die Vorteile, die bei einem Onlinekauf entscheidend sind. Hinzu kommt, dass man auch als Onlinekäufer nicht nach der Bestellung allein dasteht und die Reifen im schlimmsten Fall selbst am Fahrzeug montieren muss. Einige Onlinehändler wie beispielsweise *reifen.com* haben ein weitläufiges Netz an Montagepartnern und bieten Flottenkunden einen umfangreichen Service von der Reifeneinlagerung bis zur Führerscheinkontrolle an (vergleiche Artikel zum Thema Reifenservice S. 84). Anders als im klassischen Reifenhandel hat der Kunde nur die Möglichkeit, aus einem größeren Angebot zu schöpfen und verschiedene Reifen besser miteinander zu vergleichen. Daher lohne sich die Direktabnahme über den Onlinehändler, laut Experten, bereits ab einem Fahrzeug.

Ein Trend und seine Wirkung

Nicht nur der E-Commerce verändert den Reifenhandel unserer Tage, auch Ganzjahresreifen werden immer beliebter und machen den Händlern zu schaffen. Auf die Frage, ob es einen Trend zum Ganzjahresreifen gibt, antwortet Jochen Freier unmissverständlich: „Ganz klar. In den ersten fünf Monaten sind die Absatzzahlen im Vergleich zu 2016 bei AllSeason-Reifen um satte 44 Prozent gestiegen. Dies bedeutet, dass der Marktanteil in einigen Regionen bei über 20 Prozent liegt.“ Allerdings hielte sich im Flotten- und Leasinggeschäft der Zuwachs noch in Grenzen, da es sich hier oft um Vielfahrerfahrzeuge handle und man den Ganzjahresreifen (noch) nicht vertraue. Für den Reifenhandel ist diese Entwicklung zunächst einmal ein großer Verlust, da die Einlagerung bei Ganzjahresreifen wegfällt und sich zudem gleichzeitig auch der Kundenverkehr reduziert.

Fazit

Egal ob es um Ganzjahresreifen, die Profiltiefe oder die Marke geht, an der Sicherheit sollte in der Flotte nicht gespart werden. Sparen kann man an anderer Stelle wie beispielsweise bei der Reifenbeschaffung. Dazu müssen die Leasingkosten für das Reifenmodul mit den Kosten bei eigenem Reifenmanagement gegengerechnet werden.