Z-TYRE

25 Prozent Handelsmarge

Die neue Z-Tyre GmbH möchte das Reifengeschäft revolutionieren und sucht für ihr Abo-Modell engagierte Handelspartner. Die Verantwortlichen sprechen von einer Win-win-Situation.

KURZFASSUNG

Neues Abo-Modell: Die Z-Tyre GmbH verspricht Autofahrern in puncto Reifen 100 Prozent Kostenkontrolle. Doch diese Flatrate bringt auch handfeste Vorteile für Kfz-Betriebe mit sich – einerseits die in Aussicht gestellten 25 Prozent Handelsmarge, andererseits die feste Bindung des Fahrzeughalters an den Betrieb.

Fotos: Patrick Neumann, Z-Tyre

Möchten das Reifengeschäft auf eine neue Stufe heben: Stephan Nungess, General Manager – Central Europe Zenises Europe Ltd (links), und Tyre24-Chef Michael Saitow

Auf den ersten Blick haben ein Smartphone und ein Sommerreifen nicht viel gemeinsam. Doch das könnte sich nun ändern, sobald sich das Spar-Abo der neuen Z-Tyre GmbH am Markt herumspricht. Denn die Idee ist so einfach wie bestechend. Flatrate lautet das Schlagwort. So kommt jetzt mit dem neuen Player ein Modell in den Reifenhandel, das viele Endkunden bereits von ihrem Handy- oder Fitnessstudiovertrag kennen. Und nicht nur das: Sie praktizieren es bereits, sprich zahlen ihre Rate. Monat für Monat.

Die Macher hinter diesem neuen Ansatz sind Tyre24-Chef Michael Saitow und Stephan Nungess, General Manager – Central Europe Zenises Europe Ltd, mit ihrer Z-Tyre GmbH. Sie versprechen den Autofahrern 100 Prozent Kostenkontrolle. Denn von 4,99 bis 9,99 Euro brutto im Monat können Pkw-Lenker ihre Premiumpneus 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.

Michael Saitow und Stephan Nungess strahlen im Gespräch mit AUTO SERVICE PRAXIS viel Pioniergeist aus und wissen genau, wen sie für dieses ambitionierte Projekt ins Boot holen müssen – nämlich interessierte Handelspartner. „Wir bieten 25 Prozent Handelsmarge", betont Michael Saitow. Klingt natürlich verlockend. Zumal sich der Pkw-Halter via Flatrate fest an den Kfz-Betrieb bindet, wodurch sich leichter Zusatzgeschäfte machen lassen. Man denke nur an die Montage und Einlagerung sowie die kostenlose Reifeninspektion. Alles Kundenkontakte, die der Unternehmer für sich nutzen kann. „Das ist eine Win-win-Situation für Händler und Verbraucher", ergänzt Stephan Nungess.

Partner gesucht

„Im ersten Step wollen wir 600 Z-Stores anschließen", erklärt Michael Saitow.

Im ersten Schritt sollen 600 Z-Stores angeschlossen werden.

„Wichtig ist, dass ich das als Unternehmer will und das Modell verstehe.“ Damit das leichter gelingt, sind bundesweit derzeit zehn Außendienstmitarbeiter damit beschäftigt, Produkte, Software & Co. interessierten Händlern zu erklären. Und natürlich auch die Voraussetzungen, um sich Z-Store nennen zu dürfen.

Eigentümer der neuen Z-Tyre ist stets die Z-Tyre GmbH, zum Start werden dem Händler 20 Reifen als Konsignationsware kostenfrei zur Verfügung gestellt. Man erwarte, so das Unternehmen, dass der Händler im Jahresdurchschnitt mindestens ein Abo pro Woche abschließe. Er selbst muss demnach keine Pneus einkaufen, auf Lager legen und finanziell in Vorleistung gehen. „Gegen eine Bankbürgschaft können aber auch 200 oder 500 Reifen ins Lager genommen werden“, heißt es von dem neuen Player. Braucht er aber eigentlich nicht. Denn Michael Saitow und Stephan Nungess versprechen, dass dank des eigenen Zentrallagers der gewünschte Reifen innerhalb von 24 Stunden vorhanden ist. Die Reifen gelangen quasi direkt von der Fabrik zum Kunden, kein Großhändler sitzt mehr dazwischen. Ein weiterer Pluspunkt: der Wegfall des DOT-Risikos.

Mit Marketing- und POS-Material unterstützt die Z-Tyre GmbH ihre Z-Store-Händler.

Und: „Bei uns hat der Endkunde immer einen verkehrssicheren Reifen“, so Stephan Nungess. Insgesamt stehen 31 Größen zur Wahl. Kommendes Jahr soll zudem ein Runflat-Reifen mit dem „Z“ auf den Markt kommen. Zusätzlich sollen Marketing- und POS-Material die eingängigen Botschaften unterstützen.

Doch wie kommt der Autofahrer denn an seine gewünschten 15-, 18- oder 21-Zöller? Er geht ins Internet, wählt seine Reifengröße und vereinbart einen verbindlichen Termin im Z-Store. Alternativ kann er diesen auch direkt ansteuern. Sobald der Kunde die georderte Ware erhalten hat, bezahlt er per Kreditkarte, Paypal oder Sepa-Lastschrift.

Neue Premiummarke

So viel zum Modell. Dass es sich bei Z-Tyre um eine neue Premiummarke handelt, die der Autofahrer nicht kennt und die noch in keinem der viel beachteten Reifentests auftaucht, macht das Ganze zunächst erklärungsbedürftig. „Wir wollen den guten Reifen bauen“, sagt Michael Saitow. Z-Tyre sei ein europäisches Projekt, die Reifen seien in Europa entwickelt und in einer modernen Fabrik mit VMI- oder Kraus-Maffei-Maschinen in China produziert worden.

„Das sind unsere Formen, das ist unsere Gummimischung“, betont Reifenexperte Stephan Nungess. „Da steckt sehr viel Know-how dahinter. Jeder Reifen mit dem Z-Logo auf der Seitenwand muss höchsten Ansprüchen genügen.“ Beide Manager sprechen davon, dass ein High-Performance-Reifen keine Frage des Geldes sein dürfe.

Wenn das die Endkunden auch so sehen, haben Smartphones und Pneus künftig doch eine Menge gemeinsam.

Patrick Neumann

„Das Spar-Abo für cleveres Autofahren“ – das soll preisbewusste Pkw-Lenker anlocken.

SIEBEN VORTEILE

Diese sieben Argumente sollen Pkw-Halter überzeugen.

1. Die richtigen Reifen für die entsprechende Saison
2. Finanzielle Unabhängigkeit und Sicherheit
3. Reifengarantie
4. Mehr als 600 Z-Stores in Deutschland
5. Option „Zahlpause“
6. Sonderkündigungsrecht
7. 24 Monate Mindestlaufzeit

RÄDER & REIFEN 01/16

Sie haben unser Sonderheft „Räder & Reifen“, das Ausgabe 03/16 beilag, verpasst? Dann schnell auf autoservicepraxis.de das ePaper aufrufen und in den Inhalten stöbern. Viel Spaß!